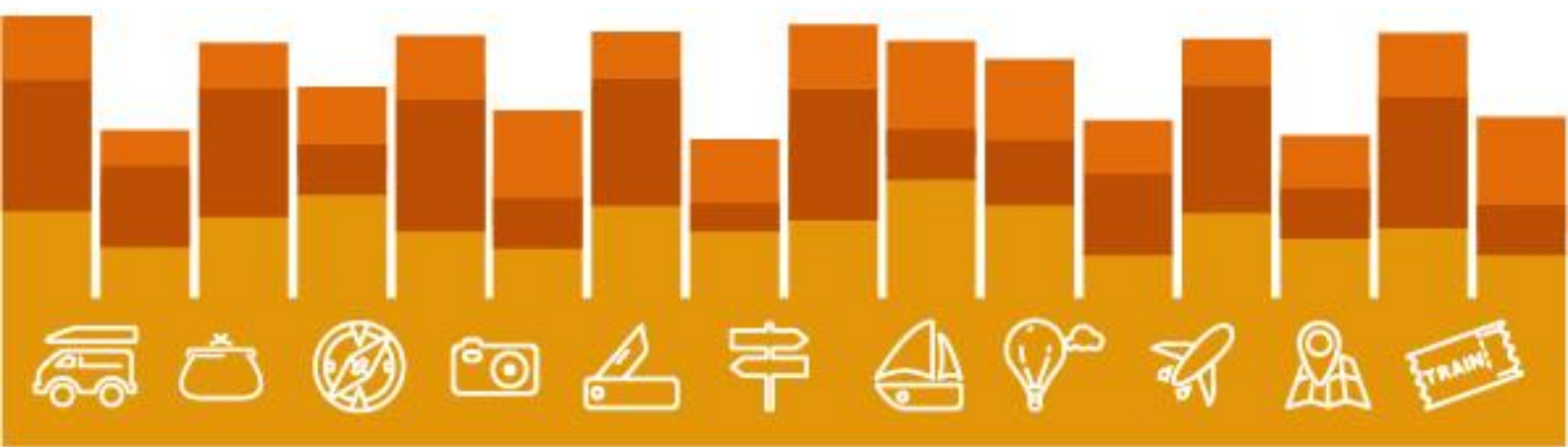


ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES



AÑO 2022

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

2

© Publicado por Instituto de Turismo de España (Turespaña)

Texto: Subdirección de Conocimiento y Estudios Turísticos

NIPO: 115-23-008-X

Año: 2023



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Tabla de contenido

Introducción.....	4
Resumen ejecutivo.....	5
Satisfacción del turista internacional.....	8
Satisfacción general.....	8
Satisfacción por dimensiones.....	10
Desglose de dimensiones.....	10
Satisfacción en diferentes ítems por dimensiones.....	12
Satisfacción respecto al entorno turístico.....	12
Satisfacción respecto al alojamiento.....	13
Satisfacción respecto a la gastronomía y restauración.....	14
Satisfacción respecto a la sostenibilidad.....	16
Satisfacción respecto al transporte.....	19
Satisfacción del turista internacional por comunidad autónoma de destino.....	25
Satisfacción según el motivo principal de la visita.....	26
Satisfacción según el sexo del visitante.....	28
Otros aspectos recogidos en la encuesta.....	29
Consideración de destinos alternativos.....	29
Motivos de elección de destino.....	32
Relación previa con España.....	34
Fidelidad del turista con España.....	34
Intención de volver.....	36

3



INTRODUCCIÓN

La “Encuesta de satisfacción de los viajeros no residentes” 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 2022:

- 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.

- Fidelidad del turista con España: Repetición de la visita a España en el pasado. Intención de repetir la visita en los próximos 12 meses.

5 | 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 utilizado una escala de valoración distinta. Así pues, en la Encuesta de Satisfacción se ha recuperado buena parte de la metodología, pero 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 anteriores ediciones 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 2022 se han realizado, en tres períodos diferenciados a lo largo del año, un total de 18.947 encuestas (aproximadamente 17.000 en la edición de 2016)¹.

RESUMEN EJECUTIVO

España es uno de los líderes mundiales del sector turístico. La pandemia del covid-19 supuso un fuerte *shock* para el sector al verse paralizados los movimientos de personas que fueron recuperándose muy lentamente. Aún así, en 2022 nos visitaron 71,7² millones de turistas, a pesar de un contexto de cierta incertidumbre debido a la invasión de Ucrania iniciada por Rusia en febrero de 2022 y el posterior encarecimiento de los precios, especialmente los energéticos.

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

² Fuente: FRONTUR 2022 - INE

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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.

6

Según el presente estudio, el **nivel de satisfacción** con el viaje en 2022 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 instalaciones deportivas). La siguiente dimensión mejor valorada es el transporte en destino, aunque todas las dimensiones, salvo la sostenibilidad están en un rango muy estrecho y con puntuaciones muy altas (superiores al 91% de satisfechos + muy satisfechos).

Hay algunas diferencias en el grado de satisfacción, según el **origen de los viajeros**: mientras que los viajeros procedentes de América (EE.UU. e Iberoamérica), de Polonia, del Reino Unido, de República Checa y de Irlanda, parecen ver satisfechas sus expectativas en mayor medida que el resto, los belgas, franceses, alemanes y suizos parecen ligeramente menos satisfechos, dentro de una puntuación que, en todos los casos muestra un alto **grado de satisfacción** (en el conjunto de la muestra, casi el **63% de los encuestados declaran estar muy satisfechos** con su viaje y para todos los orígenes analizados más del 53% de los encuestados afirman estar muy satisfechos con su viaje).



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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 Galicia, Comunidad de Madrid y Cantabria. 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, sin embargo, a la Región de Murcia y a Asturias.

Si ponemos en relación el grado de satisfacción general con el **motivo principal del viaje**, comprobamos que en la muestra actual sólo hay 6 motivos con los que se asocian unos niveles de satisfacción significativamente distintos al resto: deportivo, compras, cultural, negocios, reuniones y visita a familiares o amigos. Los viajeros que acuden por las compras o por realizar **actividades deportivas** son los que han quedado **muy satisfechos** en mayor proporción y los que acuden para participar en **congresos, convenciones o ferias (MICE) y por negocios**, los únicos para los que esa categoría de puntuación queda **por debajo del 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.

La **oferta cultural** y la de **playas** son alternativas de ocio que presentan 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.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Por lo que se refiere a la **sostenibilidad**, los aspectos con mayor índice de satisfacción son el **aprovechamiento de recursos** (energía, agua, etc.) y el **impacto en la sociedad local** percibido por los turistas; y el menos valorado es del de **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** son las dos principales motivaciones aducidas por los turistas no residentes en 2022 para haber elegido España como destino de su viaje. Mientras que el primer factor pierde peso considerablemente desde 2016, el segundo ha aumentado en importancia.

8

El porcentaje de turistas no residentes que no tenían **ninguna vinculación previa** con España permanece estable desde 2016 en unos 2/3.

Más del 76% de los turistas que nos visitaron en 2022 ya habían estado antes en España y más del 26% habían venido 10 o más veces.

Casi el 55% de los turistas internacionales en 2022 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 2022 en un 4,59 sobre 5.

Los resultados elevados a población de la encuesta de satisfacción nos permiten concluir que, en 2022, el grado de satisfacción general percibido por los turistas en su estancia en España fue de **4,59 puntos de media** en una escala de 1 a 5. Por motivos de comparabilidad, se ha realizado una transformación a la escala empleada en



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

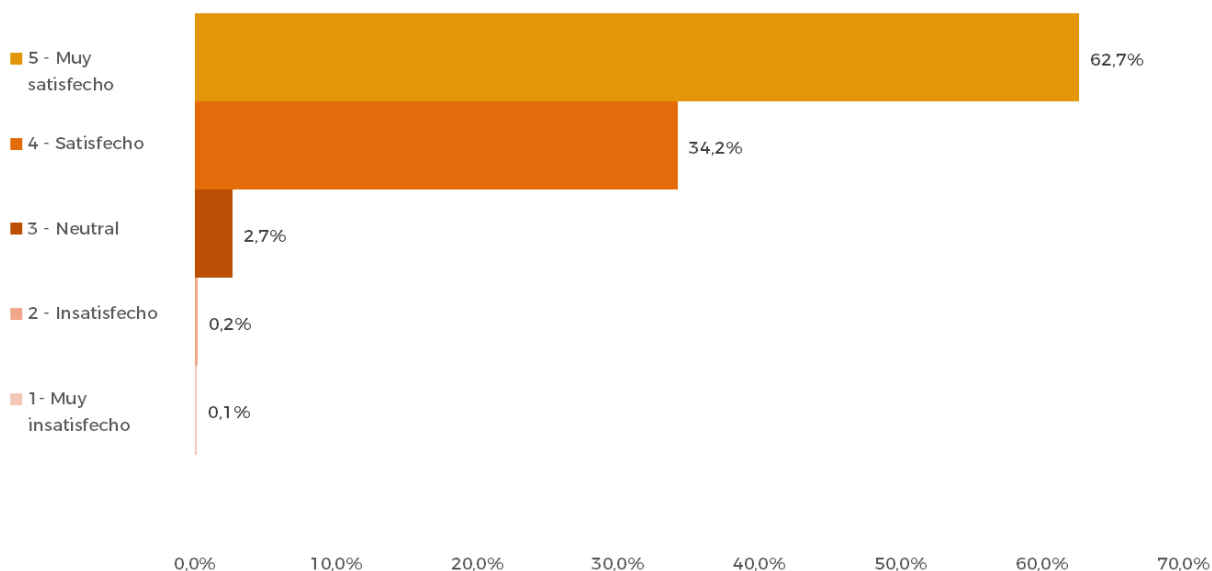
HABITUR, resultando en una nota de **9,08 de 10**. Esto permite confirmar la tendencia al alza en la puntuación que se observaba en años anteriores (en HABITUR 2016 fue de 8,76, mientras que en 2011 fue de 8,55 y en 2010 fue de 8,46) y concluir que la pandemia de covid-19 no sólo no ha deteriorado la satisfacción con el destino, sino que parece haberla reforzado, aunque podría deberse también, en parte, al tiempo transcurrido desde que muchos de los encuestados pudieron disfrutar de unas vacaciones “normales”.

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 62,67 % de los turistas que nos visitaron en 2022 han quedado muy satisfechos con dicha visita. En total, el 96,9 % ha quedado satisfecho o muy satisfecho con su visita a nuestro país.

9

Porcentaje de turistas según grado de satisfacción general



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.



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 infraestructuras**. Como se ha mencionado anteriormente, este año se ha incluido preguntas relacionadas con la **sostenibilidad**. Esto nos permite conocer la percepción de los turistas de la sostenibilidad en nuestro país respecto a sus países de origen u otros destinos en los que han estado siendo una variable cada vez más relevante también en la elección por parte de muchos turistas de su destino vacacional.

10

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 54 % de los encuestados ha utilizado alojamientos colectivos reglados (hoteles, aparthoteles, hostales, etc.), un 82 % ha utilizado servicios de restauración y un 65 % 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 1 y 2 sea la misma que entre 2 y 3, o entre 3 y 4, o entre 4 y 5), hemos optado por

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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 2022. Valoración 1-5 y 1-10			
Dimensión	2022 (1-5)	2022 (1-10)	% Muy satisfechos
Ocio	4,53	8,93	58,3%
Transporte	4,47	8,80	55,8%
Infraestructuras	4,47	8,80	54,5%
Restauración	4,40	8,65	48,1%
Entorno	4,38	8,60	45,8%
Alojamiento	4,35	8,55	45,4%
Sostenibilidad	4,01	7,76	29,2%
Grado de satisfacción general	4,59	9,08	62,7%

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

11

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. El porcentaje de satisfechos y muy satisfechos es del 74 % y el de insatisfechos y muy insatisfechos, sólo del 4 %.

Destaca por la parte alta el “Ocio”, con **4,53 puntos** y **más de 58 % de muy satisfechos**, así como los transportes e infraestructuras ambas con 4,47 puntos y 55,81% y 54,50 % de muy satisfechos respectivamente.

Respecto a 2016 observamos incrementos en todas las categorías que permite que la **satisfacción general se incremente de 8,76 al 9,08**.



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.

12

SATISFACCIÓN RESPECTO AL ENTORNO TURÍSTICO

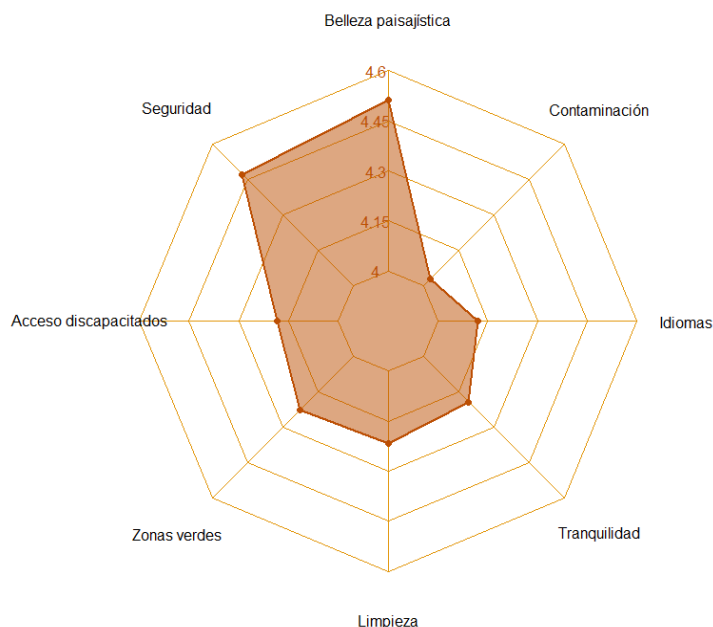
Como hemos visto anteriormente el entorno turístico obtiene una puntuación media de 4,38 con un 45,8% que afirman estar muy satisfechos con el mismo.

De esta dimensión, los elementos que ayudan a obtener una puntuación más elevada son la **belleza de paisaje**, con 4,51 puntos (y un 61,9% de muy satisfechos con el mismo), la seguridad, con 4,47 y **zonas verdes** con 4,23, seguido muy de cerca de **limpieza** y su 4,22.

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 4,12 puntos y 44,3% de muy satisfechos.

Respecto a 2016, podemos ver una mejoría en todos los elementos por los que han sido preguntados en ambas ediciones.

Puntuaciones elementos entorno turístico



13

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

SATISFACCIÓN RESPECTO AL ALOJAMIENTO

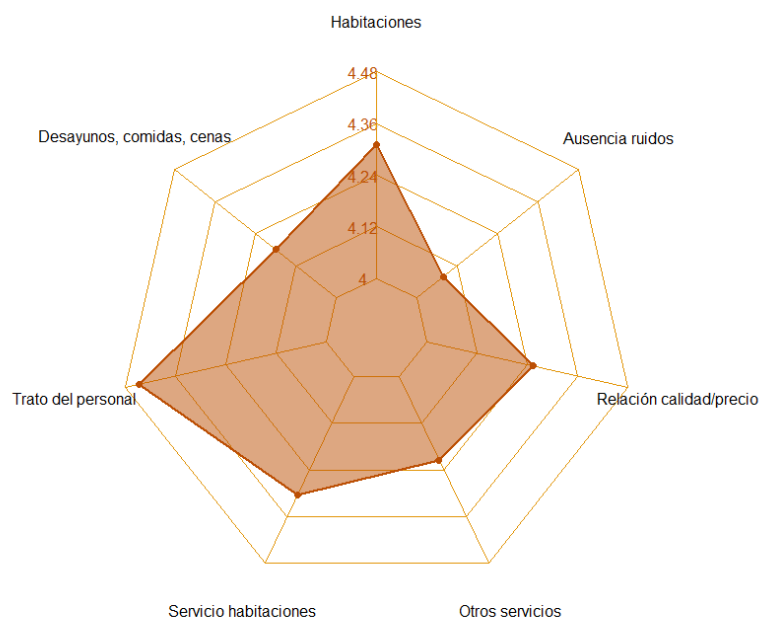
Un 54 % de los encuestados ha utilizado alojamientos colectivos reglados (hoteles, aparthoteles, hostales, etc.), Son estos usuarios los que han puntuado esta dimensión, así como los diferentes elementos que la componen. Pero debemos tener también en cuenta que, pese a que se hayan empleado un alojamiento 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.

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 4,47 puntos y casi un 60% de muy satisfechos.

Le siguen, ambas con una puntuación de 4,32, las **habitaciones y el servicio de habitaciones**.

La **ausencia de ruidos** por su parte es la que afecta más negativamente a la puntuación global puesto que obtiene 4,08 puntos, con un 43,14 % de muy satisfechos.

Puntuaciones elementos alojamiento



14

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

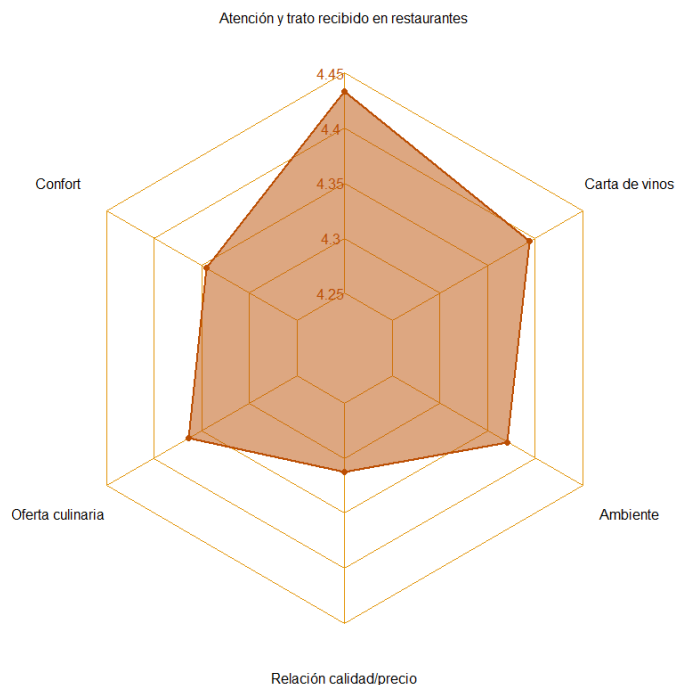
SATISFACCIÓN RESPECTO A LA GASTRONOMÍA Y RESTAURACIÓN

Un 82 % 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.

En este caso obtenemos unas puntuaciones elevadas y muy similares, con tan solo una diferencia de 0,12 puntos entre la máxima puntuación recibida por el **trato en el restaurante** y la mínima obtenida por **relación calidad precio** (4,31 puntos).

Mayores son las diferencias entre **los muy satisfechos**, pues la primera cuenta con un 54,47 % de muy satisfechos mientras que la última se conforma con un 47,73 %.

Puntuaciones elementos gastronomía y restauración



15

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

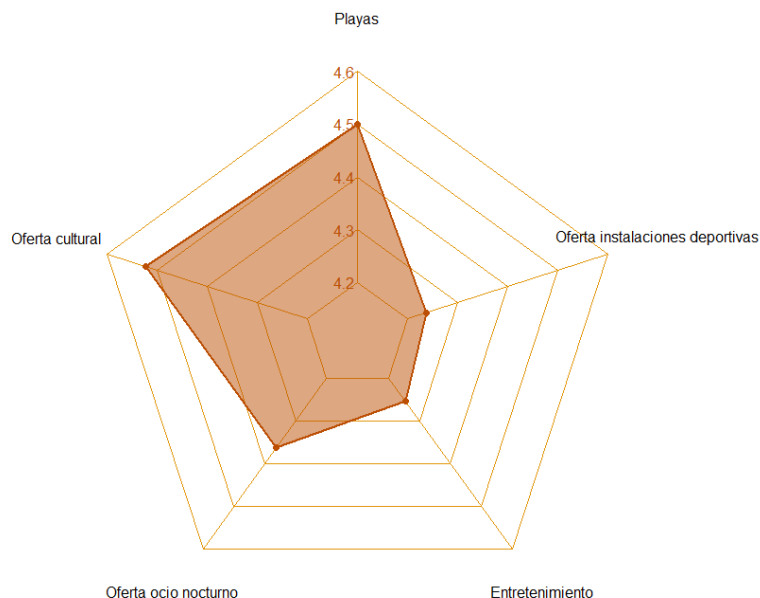
SATISFACCIÓN RESPECTO AL OCIO

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.

La oferta de ocio más valorada es la cultural con 4,52 puntos, seguida por la oferta de playas. El ocio nocturno se encuentra en tercer lugar. La oferta de entretenimiento (parques temáticos, parques acuáticos, actividades con niños, etc.) y la de instalaciones deportivas son los elementos incluidos en el ocio con menor valoración global, pero con puntuaciones igualmente elevadas (4,24 y 4,25 respectivamente).

Cabe destacar, a su vez, los porcentajes de muy satisfechos, llegando en el caso de la oferta cultural al 64,47%.

Puntuaciones elementos del ocio



16

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

SATISFACCIÓN RESPECTO A LA SOSTENIBILIDAD

Finalmente nos centramos en la dimensión de sostenibilidad, una de las grandes novedades de la presente Encuesta de Satisfacción.

La percepción del compromiso de sostenibilidad del destino es la que menor puntuación recibe con un 4,01 en su conjunto.

Dentro de la misma, los elementos que los turistas perciben de manera más positiva son el **aprovechamiento de recursos**, con un 3,92 de puntuación, seguido del **reciclaje**, con 3,90 e igualadas con 3,89 encontramos el **impacto en la sociedad local** y la **gestión de residuos**.

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 alcanza el 20,5 % e incluso, el nivel de muy insatisfechos llega hasta el 9 % de los que responden a esta pregunta, que obtiene 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.

Las preguntas sobre sostenibilidad nos permiten tener por primera vez datos sobre su percepción por parte de los visitantes de otros países y establecer una línea de base para observar su evolución en futuras ediciones de la encuesta.

Puntuaciones elementos de la sostenibilidad



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Ranking valoraciones por ítems

Elementos	Puntuaciones		Porcentaje de muy satisfechos
	Escala 1-5	Escala 1-10	%
Oferta cultural	4,52	8,93	64,5
Playas	4,50	8,87	62,5
Ocio nocturno	4,36	8,57	53,7
Oferta de entretenimiento	4,25	8,32	50,2
Instalaciones deportivas	4,24	8,28	47,4
Trato en el restaurante	4,43	8,72	54,5
Carta de vinos	4,39	8,64	55,3
Oferta culinaria	4,39	8,62	54,2
Decoración/ambiente	4,37	8,58	57,5
Confort	4,35	8,53	48,2
Relación calidad/precio	4,31	8,45	47,7
Belleza del paisaje	4,51	8,90	61,9
Seguridad	4,47	8,81	58,4
Zonas verdes	4,23	8,26	46,6
Limpieza	4,22	8,24	45,0
Tranquilidad	4,19	8,18	44,6
Accesos para discapacitados	4,19	8,17	44,4
Idiomas	4,12	8,02	44,3
Contaminación	4,03	7,82	37,7
Aprovechamiento de recursos	3,92	7,58	29,1
Reciclaje	3,90	7,52	32,2
Impacto en la sociedad local	3,89	7,51	29,4
Gestión de residuos	3,89	7,50	30,4
Masificación/saturación	3,87	7,45	27,5
Información/compensación huella carbono	3,48	6,58	24,1
Trato en el alojamiento	4,47	8,80	59,1
Habitaciones	4,32	8,48	46,9
Servicio de habitaciones	4,32	8,46	50,8
Relación calidad/precio	4,26	8,34	43,7
Otros servicios	4,22	8,25	45,2
Desayunos/comidas/cenas	4,19	8,17	45,0
Ausencia de ruidos	4,08	7,94	43,1

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Ordenados todos los elementos de las diferentes dimensiones los cinco que encabezan el ranking en 2022 son: la oferta cultural (4,52 puntos), la belleza paisajística (4,51 puntos), las playas (4,50 puntos), la seguridad y el trato en el alojamiento (4,47 puntos) así como el trato recibido en los restaurantes (4,43 puntos).

Respecto al informe de 2016 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, mientras que la seguridad baja un puesto superado por la valoración de las playas. A nivel absoluto, todos los elementos situados en las primeras cinco posiciones aumentan su puntuación respecto al informe previo, tomando la escala 1-10 para su comparabilidad.

Así, la oferta cultural pasa de 8,54 puntos en 2016 a 8,93 en 2022, la belleza paisajística de 8,49 a 8,90, las playas, con el mayor incremento, de 8,39 a 8,87, la seguridad de 8,46 a 8,81, el trato en restaurantes de 8,26 a 8,72 y la carta de vinos de 8,16 a 8,64

19

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. Casi el 56% de los turistas usuarios de los mismos quedaron muy satisfechos y la nota media fue de 4,47. 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. Las diferencias en la satisfacción general con los transportes, en función de los medios utilizados, fueron muy pequeñas en la muestra y no significativas en la población.

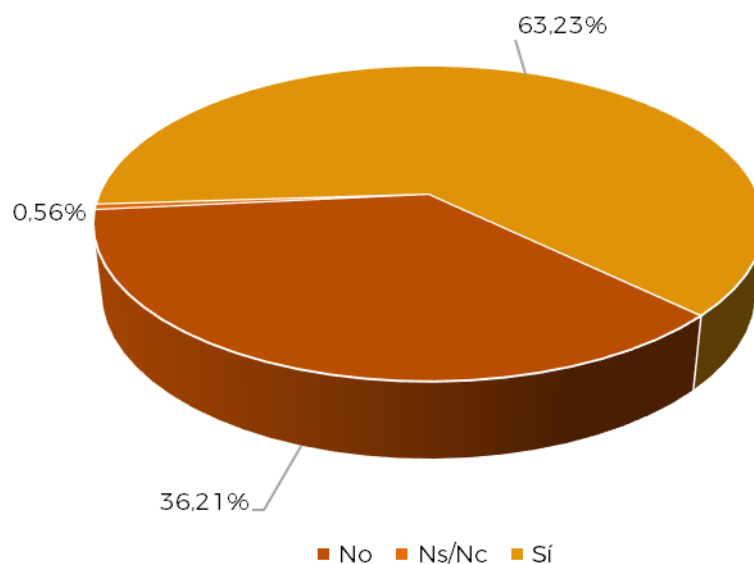


ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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

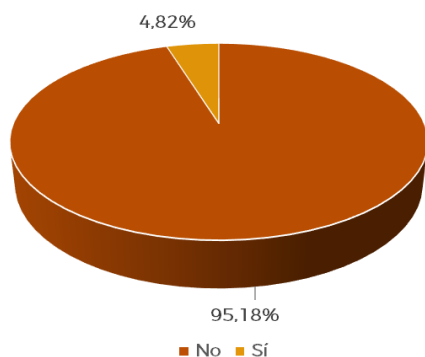
Empleó algún medio de transporte



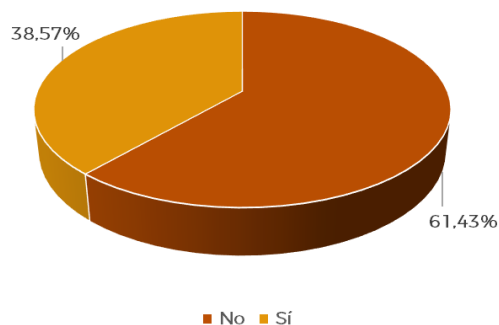
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

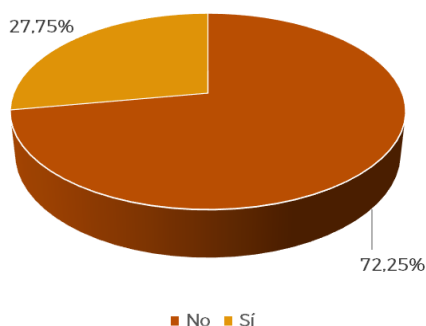
Utilizó barco



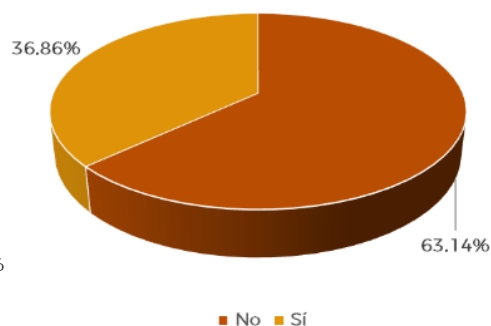
Utilizó autobús



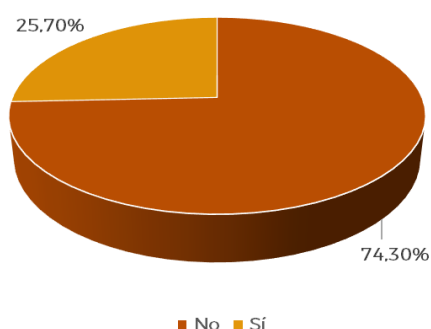
Utilizó metro



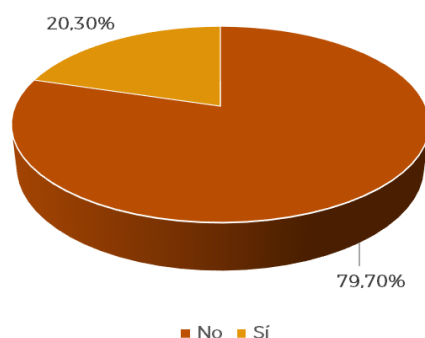
Utilizó taxi



Utilizó avión



Utilizó tren



21

Podemos observar que el 63,23 % de los encuestados empleó algún tipo de transporte en nuestro país. Los más empleados fueron, en orden, el autobús con un 38,57 % de



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

usuarios, seguidos del **taxi** (36,86 %) y el **metro** (27,75%), 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** (25,70 % de uso) respecto al **tren** (20,30 % de uso) y finalmente el transporte en **barco**, reservado en gran parte a los visitantes de las zonas insulares (4,82 % de uso).

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 turístico	Infraestructuras	Transporte en destino	Sostenibilidad	Grado de satisfacción general	
Polonia	4,56	4,53	4,68	4,54	4,69	4,66	4,27	4,77	77,2
EE.UU.	4,44	4,58	4,70	4,46	4,62	4,65	4,11	4,72	75,7
Iberoamérica	4,25	4,42	4,69	4,45	4,68	4,60	4,02	4,70	73,1
Reino Unido	4,46	4,52	4,60	4,51	4,55	4,54	4,20	4,68	70,7
<i>República Checa*</i>	4,41	4,34	4,62	4,42	4,52	4,39	4,16	4,61	69,6
Irlanda	4,36	4,46	4,57	4,43	4,58	4,54	4,20	4,67	69,3
Rumania	4,59	4,46	4,72	4,43	4,60	4,52	4,13	4,64	68,4
Portugal	4,39	4,39	4,56	4,41	4,30	4,45	3,93	4,59	60,8
Países Nórdicos	4,41	4,32	4,50	4,32	4,39	4,39	3,93	4,55	60,4
Países Bajos	4,34	4,35	4,48	4,32	4,37	4,39	3,97	4,53	56,1
<i>Austria**</i>	4,22	4,24	4,49	4,26	4,28	4,22	3,86	4,50	55,8
Italia	4,23	4,29	4,45	4,30	4,41	4,40	4,05	4,50	55,7
Francia	4,31	4,31	4,41	4,32	4,39	4,38	3,95	4,52	55,7
Alemania	4,28	4,33	4,42	4,29	4,36	4,38	3,72	4,50	55,6
Bélgica	4,23	4,34	4,43	4,29	4,45	4,43	3,91	4,51	54,3
Suiza	4,22	4,38	4,44	4,25	4,24	4,30	3,73	4,48	53,4

*Para República Checa consideramos un nivel de significación de 0,1 en el test de Fisher. Respecto al test de Wilcoxon las diferencias en las puntuaciones no son significativas al 0,05 de significación.**Austria

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

presenta puntuaciones que no son significativamente diferentes respecto al conjunto de la muestra con un nivel de significación de 0,05.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

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 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 **República Checa** que, aunque por debajo de ese umbral, se encuentra muy cerca y sería significativa con una confianza del 90%.

23

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 rechazar como no significativas las diferencias de puntuación respecto del conjunto de la muestra (con un nivel de significación de 0.05) para los siguientes orígenes: **Austria y República Checa**.

Centrándonos ya en el análisis de los resultados, podemos ver que los **polacos** son los que presentan un mayor porcentaje de **muy satisfechos** (5 en la escala), un 77,2 %, seguidos de los países del continente americano con unos porcentajes de 75,7 % de los estadounidenses y 73,1 % por parte de los países de Iberoamérica. Los suizos, belgas, alemanes, franceses e italianos parecen comparativamente más exigentes, pero siempre con porcentajes de muy satisfechos superiores al 50%.



Por dimensiones y centrándonos en las puntuaciones, quienes más disfrutaron de la **restauración** fueron los turistas procedentes de Estados Unidos, seguidos de Polonia y Reino Unido, superando los tres el 4,5 de 5.

Respecto al **alojamiento** repiten posiciones Polonia y Reino Unido, pero Rumania sustituye a Estados Unidos en primera posición con una puntuación de 4,59.

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 Rumania, EEUU e Iberoamérica con un 4,72, 4,70 y 4,69 respectivamente. Sin embargo, los siguientes países como Polonia, República Checa o Reino Unido se quedan muy cerca de dichas puntuaciones.

24

Por su parte, el **entorno turístico** obtiene la mayor puntuación de Polonia con 4,54 puntos, seguidos de Reino Unido (4,51) y Estados Unidos (4,46).

Respecto a las puntuaciones de **transporte** e **infraestructuras** coinciden en las tres primeras posiciones Polonia, Iberoamérica y Estados Unidos. Polonia es primera en la valoración de las infraestructuras de nuestro país con un 4,69 puntuación que casi es igualada por la que otorgan los turistas de Iberoamérica con un 4,68. Diferencias igual de mínimas son las obtenidas en el transporte, con un 4,66 por parte de los turistas polacos frente al 4,65 de los turistas estadounidenses que sustituyen a Iberoamérica en segundo lugar.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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	
Galicia	4,69	9,29	78,9
Murcia*	4,77	9,48	77,9
C. de Madrid	4,66	9,24	68,4
C. F. de Cantabria*	4,68	9,29	68,3
Andalucía	4,61	9,13	64,2
Baleares	4,55	8,99	59,9
Castilla La Mancha	4,54	8,97	58,1
Cataluña	4,53	8,94	57,8
País Vasco	4,54	8,98	56,5

*Para Murcia y la C. F. de Cantabria consideramos un nivel de significación del 0.1 en el test de Fisher.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

25

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 18.947, que se corresponde con el nº de encuestados, hasta 21.212.

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.

Cantabria y Murcia no superan el test a nivel de significación de 0,05, por muy poco, pero sí lo hacen con un nivel de significación de 0,1.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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**. Así mismo, la diferencia entre la más puntuada (**Galicia**, con 4,69 puntos) y la que obtiene la menor puntuación (**País Vasco**, con un 4,54) es de tan solo 0,15 puntos.

Si nos fijamos sólo en los **muy satisfechos**, apreciamos diferencias algo mayores. Ahí destacan dos CC. AA. tan diversas como **Galicia y Murcia**, con un **78,9%** y **77,9%** respectivamente, seguidas de **Madrid y Cantabria**. En cualquier caso, ninguna comunidad presenta porcentajes por debajo del 50% de muy satisfechos.

Respecto a la última encuesta realizada en 2016, comparando las puntuaciones medidas en la escala 1-10 podemos observar un incremento de las mismas para todas las CC. AA. coincidentes en ambos rankings, acorde con lo visto en anteriores puntos respecto al incremento de la nota media de satisfacción global.

26

Satisfacción según el motivo principal de la visita

Grado de satisfacción por motivo de visita

Motivo	Puntuación		% de muy satisfechos
	1-5	1-10	
Compras	4,65	9,21	68,6
Deporte	4,63	9,17	66,6
Visit. familiares/amigos	4,63	9,17	65,9
Cultural	4,62	9,14	64,9
<i>Estudios*</i>	4,57	9,02	62,8
<i>Salud*</i>	4,52	8,92	61,8
Ferias, congresos y convenciones	4,45	8,77	49,3
Negocios	4,43	8,73	46,9

*Test de Fisher aplicado con un nivel de significación del 10%.

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.



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**.

De todos los motivos únicamente el **cultural, la visita a familiares o amigos, la práctica deportiva, las compras, las ferias, congresos y convenciones (o turismo MICE) y el turismo de negocios** presentan diferencias significativas al 95 % de confianza. Los **estudios y motivos de salud** pueden incluirse al 90 % de confianza.

Las **diferencias** en los porcentajes de satisfechos entre los distintos motivos de viaje vuelven a ser **pequeñas**. Menos para los viajeros de ferias, congresos y convenciones, para los motivos donde hemos comprobado que las diferencias sobre el resto son significativas, la satisfacción está por encima o al nivel de la del conjunto de la encuesta. Los que **más porcentaje de satisfechos** han producido son el **deportivo y el de compras**.

27

Si examinamos el porcentaje de **muy satisfechos** vemos que las diferencias son algo mayores y que los viajeros **MICE y de negocios** parecen haber sido algo más exigentes, pues son los únicos motivos con un porcentaje por debajo del 50%. Los viajeros que acudieron por las **compras** como motivo principal, presentan el porcentaje de muy satisfechos más elevado con casi un 70 % (68,6 %). En cualquier caso, los visitantes por este motivo son un porcentaje pequeño respecto al total.

Así, el grupo más numeroso en la muestra obtenida, que son los **visitantes por motivos culturales** otorgan una puntuación de 4,62 y quedan muy satisfechos en el 64,9 % de los casos.

Al aplicar el test de Wilcoxon encontramos que las diferencias respecto a la media de la encuesta no son significativas, además, para los siguientes motivos: estudios y salud.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Satisfacción según el sexo del visitante

Grado de satisfacción por sexo del visitante

Dimensiones	Puntuación				% de muy satisfechos	
	Mujeres		Hombres		Mujeres	Hombres
	1-5	1-10	1-5	1-10	%	%
Ocio	4,53	8,95	4,50	8,89	58,6	56,6
Transporte*	4,45	8,77	4,47	8,80	55,3	55,3
Infraestructuras*	4,47	8,82	4,46	8,79	54,7	54,1
Restauración	4,39	8,64	4,40	8,64	47,7	47,5
Entorno	4,38	8,61	4,37	8,58	47,0	44,8
Alojamiento	4,36	8,56	4,31	8,45	47,0	42,4
Sostenibilidad*	3,98	7,70	4,03	7,82	28,0	29,7
Grado de satisfacción general	4,62	9,14	4,58	9,06	65,2	61,8

*Las diferencias en las puntuaciones de Transporte, Infraestructuras y Sostenibilidad no son significativas al 0,05 de significación (Test de Wilcoxon).

28

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

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 los resultados son que existen diferencias significativas con un nivel de significación del 5%.

Así, en general, las **mujeres** parecen haber quedado más satisfechas de su viaje a España, pues un **65,2%** afirman estar **“muy satisfechas”** frente al 61,8% 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 **“alojamiento”**, donde las mujeres han quedado muy satisfechas en un 47% frente al 42,4% de los hombres. También hay ciertas diferencias en los porcentajes de ocio y entorno, mientras que el resto están muy igualados.

Cabe destacar también que, pese a que en general las mujeres tienen una satisfacción más elevada, la **sostenibilidad** es una **excepción** y ellas puntúan de manera



ligeramente más baja esta dimensión en general, quedando muy satisfechas en un 28 % de los casos frente al 29,7% de los hombres. Igualmente, la diferencia absoluta en la puntuación es de tan solo 0,05 puntos (3,98 puntos las mujeres frente a 4,03 de los hombres).

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 0,05 puntos tanto en sostenibilidad como alojamiento (con una puntuación de 4,36 por parte de las mujeres frente al 4,31 de los hombres).

Finalmente, la **puntuación de la satisfacción general es de 4,62** en el caso de las mujeres y **4,58** en el de los hombres.

29

Al aplicar el test de Wilcoxon encontramos que las diferencias respecto a la media de la encuesta no son significativas por sexo para las siguientes dimensiones: transporte, infraestructuras y sostenibilidad.

OTROS ASPECTOS RECOGIDOS EN LA ENCUESTA

Consideración de destinos alternativos

Una de las preguntas de la encuesta consiste en saber que **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 3.755 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. 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 VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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

Posición	País	Porcentaje de respuestas
1	Italia	21,3
2	Grecia	19,4
3	Portugal	12,8
4	Francia	11,0
5	Croacia	2,8
6	Turquía	2,4
7	Alemania	2,4
8	Malta	2,1
9	EEUU	2,0
10	Reino Unido	2,0

30

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

Se puede observar que **6 de los 10 primeros destinos** alternativos a nuestro país, que suman el 59% de las respuestas, son **países mediterráneos**. La primera opción alternativa es **Italia** con un 21,3% de las respuestas. **Grecia**, con un 19,4% se sitúa en segundo lugar y, en tercer lugar, encontramos a **Portugal** con un 12,8% de las respuestas. Todos estos países comparten grandes rasgos culturales e incluso climáticos con España.

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



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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.	Italia (20%)	Francia (18,4%)	Portugal (11,2%)
Alemania	Grecia (24,7%)	Italia (23,1%)	Portugal (11,1%)
Irlanda	Portugal (28,6%)	Grecia (19,8%)	Italia (15,2%)
Polonia	Italia (24,3%)	Portugal (16,3%)	Grecia (14,6%)
Portugal	Italia (31,7%)	Francia (14,4%)	Grecia (12,8%)
Reino Unido	Grecia (26,8%)	Italia (19,1%)	Portugal (15,7%)
Austria	Grecia (22,6%)	Francia (11,9%)	Italia (10,2%)
Francia	Italia (23,1%)	Grecia (15,2%)	Portugal (13,6%)
Suiza	Grecia (24,9%)	Portugal (17,9%)	Italia (15,8%)
Italia	Francia (22,3%)	Grecia (9,1%)	Malta (8,7%)
Países Bajos	Grecia (27,9%)	Italia (26,6%)	Portugal (13,6%)
Bélgica	Italia (28%)	Portugal (17,4%)	Grecia (17,4%)
Países Nórdicos	Grecia (38%)	Italia (19,5%)	Francia (11,3%)
Suecia	Grecia (45,9%)	Francia (10,3%)	Montenegro (10%)
Dinamarca	Grecia (29,8%)	Italia (24,8%)	Portugal (10,2%)
Iberoamérica	Italia (27,3%)	Francia (12,9%)	Alemania (8,5%)
México	Francia (23,7%)	Italia (17,2%)	Alemania (9,2%)
Argentina	Italia (35,8%)	Francia (11,5%)	Portugal (8,9%)
Colombia	Francia (27,6%)	Italia (14,6%)	EE. UU. (7,7%)

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

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 grandes nombres que 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. En cambio, coinciden en primera posición Italia, en segunda Francia y como tercera opción Portugal para los estadounidenses, este último sustituido por Alemania para los países iberoamericanos.

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

32

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.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

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



33

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

Al igual que en 2016, el **clima** ocupa la primera posición entre las razones para visitar nuestro país, con un 20,7% del total de respuestas. Esta razón disminuye de manera notable respecto a 2016, donde obtuvo un 32%. La **crisis climática** puede tener un impacto en el efecto de esta variable sobre el turismo de nuestro país puesto que en un futuro se esperan temperaturas que pueden desincentivar la llegada de turistas en etapas de calor extremo.

Al clima le siguen los motivos culturales, con un 16,5% y un crecimiento de más de 4 puntos respecto de 2016 (12%) y las playas, con un 10,6%. Tener familiares y amigos en España cae en importancia como factor de elección del destino, pasando del 14% y la tercera posición, al 9,8% y el cuarto lugar.

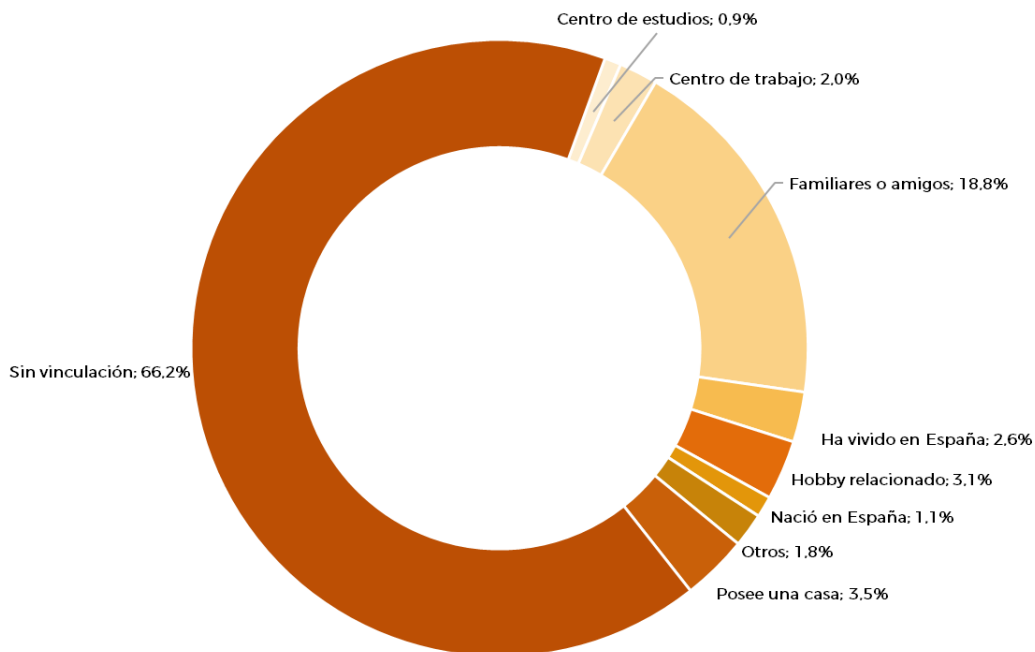


Relación previa con España

Si se analiza la vinculación de los turistas internacionales con España los datos indican que la mayoría de los que nos visitaron, un 66,18 % concretamente, no guardaba ningún tipo de vinculación con nuestro país. Esta proporción es exactamente igual que la observada en la encuesta de 2016.

Centrándonos en los que sí que presentaban algún tipo de vínculo, la gran mayoría (18,83 %) correspondía a tener **familiares o amigos en España**, seguido muy de lejos por los que **poseen una casa en el territorio (3,46 %)**.

34



Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

Fidelidad del turista con España

Otra de las cuestiones incluidas en la encuesta es relativa al número de veces que el turista ha estado en nuestro país. Esto nos permite en gran medida saber la fidelidad de los turistas hacia nuestro país. Una elevada fidelidad, es decir, repetición de viajes, ofrece una estabilidad mayor a España como destino turístico puesto que habrá una

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

gran probabilidad de que vuelva a repetir o que tenga nuestro país como un destino fijo,

Porcentaje de turistas internacionales según fidelidad, por mercados

País	Primera vez (%)	Repite visita (%)	10 o más visitas (%)
Portugal	14,0	86,0	54,0
Reino Unido	16,9	83,1	45,5
Bélgica	17,4	82,6	44,8
Países Nórdicos	16,6	83,4	40,9
Irlanda	18,4	81,6	37,2
Alemania	20,3	79,7	33,7
Países Bajos	20,8	79,2	33,0
Suiza	14,0	86,0	31,0
Francia	19,8	80,2	26,8
Polonia	25,7	74,3	26,5
Austria	24,1	75,9	25,4
Italia	27,2	72,8	21,8
Rumania	26,7	73,3	18,1
Iberoamérica	49,4	50,6	15,4
EEUU	50,5	49,5	13,2
República Checa	36,4	63,6	8,4

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.

En la anterior tabla se recogen los porcentajes de **primera vez** por país, los porcentajes de los que han **repetido visita** y finalmente los que han **visitado nuestro país en 10 o más ocasiones**.

A nivel general, en la muestra, el **23,6%** de los encuestados **no había estado previamente en España** (lo que se corresponde con el 24,1 % de los turistas, con datos elevados), es decir, el **76,6% ya había estado en España**, un porcentaje muy alto, aunque menor que el 83,7% de 2016.

¿Y si el turista ha venido 10 o más veces a nuestro país? En este caso, podemos suponer que está muy familiarizado con lo que puede esperar de su viaje. En la encuesta, este grupo representa a más turistas que el de los que han venido por primera vez: **26.2 % de los turistas han venido 10 o más veces** y, como hemos visto, el 24.1 % no habían venido nunca antes.

Respecto al **origen de los turistas que han venido 10 o más veces** destacan en primera posición con más de un 50% los provenientes de **Portugal**, seguidos de los **británicos** (45,5 %) y **belgas** (44,8 %).

En los puestos más bajos se sitúan países más lejanos a nuestro territorio como **EE.UU.** o los incluidos en **Iberoamérica**. **Republica Checa**, pese a estar más cerca ocupa la última posición con un 8,4%, aunque un 63,6% ya ha estado en España. Este país puede ofrecer una buena oportunidad de fidelización como mercado.

36

Sin embargo, si nos fijamos en los turistas que ya han estado en España los **suizos** ocupan la primera posición con un 86 %, igualado con los portugueses (86 %) mientras que los que más han llegado por primera vez vuelven a ser los estadounidenses y los iberoamericanos.

En general, nuestros mercados más consolidados están todos cerca o por encima del 80% de repetidores (salvo Italia).

Intención de volver

Hemos visto como la fidelidad de algunos países con España es muy elevada observando el grado de repetición pasado. pero también es importante conocer cuál es la probabilidad de mantener esa fidelización y saber qué porcentaje piensa volver a visitar nuestro país en el futuro próximo.

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.

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

En general, el **57,69 %** de los encuestados respondió que sí pensaba volver los próximos doce meses, siendo el dato elevado a la población del **54,95 %**. El **25,61 %** en cambio respondió que **no pensaba volver**, con un **16,69 % de no sabe / no contesta**.

Respecto a las anteriores encuestas observamos una bajada en las respuestas afirmativas comparándolo con el **66,8 % de 2016**, pero situándose cerca de 2011 cuando el **61,8 %** dijo que si pensaba volver.

Algunos factores que pueden incidir en esta bajada puede ser los cambios de hábitos al planificar los viajes tras la pandemia, que pueden hacer que se produzcan más viajes de última hora que planificados a largo plazo. Sin embargo, siguen siendo porcentajes muy elevados que muestran una **gran fidelización** del turista que visita nuestro país.

37

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

País origen	% de turistas que piensa repetir en los próximos 12 meses
Portugal	80,6
Irlanda	67,7
Reino Unido	66,0
Polonia	62,9
Países Nórdicos	62,2
Iberoamérica	58,7
Países Bajos	58,7
Italia	56,5
Alemania	51,7
Bélgica	50,5
República Checa	47,8
Suiza	47,4
Rumanía	46,4
Austria	45,6
EE.UU.	40,3
Francia	32,7

Fuente: Turespaña. Encuesta satisfacción viajeros no residentes 2022.



ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE LOS VIAJEROS NO RESIDENTES

2022

Si analizamos por países, los **portugueses** son los que más positivamente responden sobre si volverán en los próximos doce meses, pues más del **80 % afirma que volverá**.

A mayor distancia pero con porcentaje similares entre ellos encontramos a **Irlanda** (67,7 %), **Reino Unido** (66 %), **Polonia** (62,9 %) y los **Países Nórdicos** (62,2 %).

Por la **parte baja** se sitúan, en última posición **Francia**, con un 32,7 %, un dato bajo pero que sin embargo puede ser mayor al final debido a la cercanía y la posibilidad de que se realicen viajes de última hora. Por encima se sitúan **EE.UU.** (40,3 %), **Austria** (45,6 %) y **Rumanía** (46,4 %).

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/ Familiar).

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: <http://www.tourspain.es/es-es/estadísticas-y-conocimiento-turístico>



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE INDUSTRIA, COMERCIO
Y TURISMO

SECRETARÍA DE ESTADO
DE TURISMO

TURESPAÑA 