

INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID. AÑO 2021

RESUMEN EJECUTIVO

La **localización de las instalaciones es el aspecto mejor valorado**, con un **9,47**, en el apartado **“Valoración de las instalaciones de los SAIT”**. Destacando entre los puntos más positivos la satisfacción con el horario de atención al público con una puntuación de 9,30, seguido con el aspecto de orden y limpieza y distribución del espacio con una valoración de 9,25 y 9,21 respectivamente y con 9,13 en el aspecto de iluminación, en este apartado se ha obtenido una **media global 9,19**.

En cuanto a la “Valoración del Personal de Atención de los SAIT” se ha obtenido una valoración media de 9,38, siendo el aspecto más valorado el trato y amabilidad de los informadores, alcanzando una valoración de 9,45; seguido del aspecto del personal de atención (vestimenta, aseo, identificación) con un 9,43; la claridad del lenguaje utilizado con un 9,42, seguido del aspecto del conocimiento del idioma utilizado en la atención por parte del personal con un 9,41, los aspectos satisfacción con la información facilitada y la utilidad de la información facilitada tienen una ambos de un 9,38; la satisfacción con la información facilitada sobre visitas guiadas tiene una valoración de 9,19.

A continuación en el apartado de **“Organización del Servicio”**, con **9,29 de media**, siendo el aspecto **mejor evaluado la oferta de idiomas con un 9,34** y el peor valorado el número de informadores turísticos que están atendiendo con un 9,24.

En último lugar tenemos los “Medios materiales y documentales”, con una media de 9,29. Siendo su aspecto mejor evaluado la adecuación de los folletos a la información solicitada con una valoración de 9,34 y, el que ha obtenido una puntuación más baja, ha sido el plano de la ciudad, con una puntuación de 9,22.

Para concluir, los Servicios de Atención e Información Turística, tienen una valoración media global de 9,140 con un porcentaje de 96,68% de encuestados que han valorado dichos servicios por encima de 8 y el 99,01% de los encuestados volverían a utilizar los servicios. Estos son unos datos muy positivos para estos servicios, que evidencian la buena imagen que sus usuarios, visitantes, turistas y residentes de nuestra ciudad tienen de los mismos.

Año	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99	9,078	9,082	9,126	9,14



Contenido

INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID. AÑO 2021	1
RESUMEN EJECUTIVO.....	1
INTRODUCCIÓN	3
METODOLOGÍA DEL ESTUDIO.....	3
Fecha y lugar de realización	3
Objeto de estudio.....	3
Tamaño de la muestra	4
Universo	4
Tamaño y error muestral.....	4
Procedimiento del muestreo	4
Resumen encuestas realizadas.....	5
Metodología.....	6
BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA.....	7
Procedencia y sexo.....	7
Nacionalidad de las personas encuestadas	7
Edad	9
Con quién viaja.....	9
BLOQUE 2. VALORACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO POR LOS SAIT.....	10
Utilización de los Servicios	10
Localización de los SAIT	10
Búsqueda de información previa sobre la Ciudad	10
Valoración de las Instalaciones de los SAIT	11
Personal de Atención de los SAIT	12
Organización del Servicio.....	12
Medios materiales y documentales.....	13
Nivel global de satisfacción	13
VALORACIÓN DEL SERVICIO EN GOOGLE MAPS	15

INTRODUCCIÓN

Los Servicios de Atención e Información Turística se encuentran **destinados a acoger e informar a los visitantes que acuden a la Ciudad de Madrid**, ofreciendo una atención completa y objetiva en todos aquellos aspectos relacionados con la estancia en la Ciudad.

Uno de sus compromisos es su **vocación de servicio al visitante**, siendo la excelencia y la preocupación por la mejora continua parte fundamental de su política de atención integral.

A través de los cuestionarios de calidad se pretende establecer un **canal de comunicación** entre la Oficina de Turismo de Madrid Destino, Cultura, Turismo y Espacios, S.A. y los destinatarios de los servicios que presta, con la finalidad de realizar una medición del nivel de satisfacción con el servicio, así como conseguir una mejora de los mismos mediante el conocimiento de los intereses, expectativas y percepción de las personas que los utilizan.

La información recogida será tratada con fines meramente estadísticos, no pudiendo ser utilizada de forma nominal ni facilitada a terceros, de acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, de 13 de diciembre, de Protección de Datos de Carácter Personal.

METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Fecha y lugar de realización

Este año en el estudio sobre la Calidad de los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) se realizaron encuestas en julio de 2021.

Las encuestas se realizaron en las siguientes instalaciones:

- Centro de Turismo de Madrid – Plaza Mayor
- PIT Plaza Callao
- PIT Paseo del Prado
- PIT de Reina Sofía
- PIT de Estadio Santiago Bernabéu
- PIT de Palacio Real
- PIT de Centro-Centro
- PIT del Aeropuerto T-4 salas 10 y 11
- PIT del Aeropuerto T-2

Objeto de estudio

Medir y analizar la valoración de los usuarios de los SAIT con respecto a los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) de la Ciudad de Madrid, así como conocer su grado de satisfacción con los servicios prestados, sus instalaciones, el personal de atención, la organización del servicio y sobre los medios materiales y documentales a su disposición.

Los datos obtenidos se utilizan para la gestión de los SAIT y son el medio para evaluar el grado de satisfacción de sus usuarios con el funcionamiento de los mismos.

Además, los datos se utilizan también para la aplicación del sistema de gestión de la calidad y accesibilidad de los SAIT así como dar cumplimiento a los estándares y requisitos establecidos por:

- El Sistema de Cartas de Servicio del Ayuntamiento de Madrid.
- La Norma UNE 14785:2015 Oficinas de Información Turística – Autoevaluación y Especificación Técnica de Auditoría.
- La Norma UNE 170001-2 de Accesibilidad Universal. Parte 2: Sistema de Gestión de la Accesibilidad en el Centro de Turismo Plaza Mayor.

Tamaño de la muestra

En la planificación se ha establecido la realización de un mínimo de **633 encuestas a usuarios/as de los SAIT**, seleccionados de manera aleatoria.

Universo

El universo muestral son todos los usuarios de los SAIT, es decir aquellos turistas, visitantes y ciudadanos de la ciudad de Madrid que han acudido a las instalaciones de los SAIT durante el año 2020.

La fuente de información son los informes estadísticos de los SAIT, elaborados por el Departamento de Atención e Información Turística de la Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A.

PERSONAS ATENDIDAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN AÑO 2020	
Centro de Turismo Plaza Mayor	154.740
PIT Plaza de Callao	68.009
PIT Paseo del Prado	50.077
PIT Reina Sofía	41.082
PIT Estadio Santiago Bernabéu	16.008
PIT Palacio Real	46.828
PIT Centro-Centro	16.285
Aeropuerto Terminal 4	48.615
Aeropuerto Terminal 2	45.081
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS EN ESTOS PUNTOS	486.725
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS en 2020	547.894

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio.

Tamaño y error muestral

Los datos de referencia para el tamaño de la muestra son el total de personas atendidas en el año 2020 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizaron un total de **633 cuestionarios**, lo que nos aporta unos resultados con un nivel de confianza del 95% y un margen de error de $\pm 2,34\%$.

Procedimiento del muestreo

La encuesta se realiza de forma aleatoria a los visitantes, turistas y ciudadanos de Madrid que utilizan las instalaciones de los SAIT, partiendo de un procedimiento de muestreo estratificado por asignación proporcional en función de las personas



atendidas durante el año 2020 en cada instalación de los SAIT y, en segundo lugar, en función de su nacionalidad (extranjero/nacional/madrileño).

Del total de personas encuestadas en el año 2020, el 42,1% eran extranjeros, el 24,5% madrileños y el 33,4% del resto de provincias españolas, por lo que la proporción de encuestas a realizar para este muestreo es la siguiente:

ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN JULIO 2021							
N.º	PUNTO DE INFORMACION	N.º PAX ATENDIDAS 2020	N.º Encuestas por punto 2021	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	154.740	192	30,30	48	64	80
2	PIT Palacio Real	46.828	61	9,64	15	20	26
3	Aeropuerto. Terminal 2	45.081	59	9,26	14	20	25
4	Aeropuerto. Terminal 4	48.615	65	10,3	16	22	27
5	PIT Callao	68.009	89	14	22	30	37
6	PIT Reina Sofía	41.082	54	8,6	13	18	23
7	PIT de Centro Centro	16.285	22	3,4	5	8	9
8	PIT Paseo del Prado	50.077	70	11	18	23	29
9	PIT de Estadio Santiago Bernabéu	16.008	21	3,5	5	7	9
10	Total personas atendidas	486.725	633	100,00	156	212	265

Resumen encuestas realizadas

Las encuestas finalmente realizadas son 633, se realiza el informe con este número de encuestas.

Las encuestas se realizaron del 17 al 23 de julio de 2021. El número de encuestas que se realizaron en cada punto fueron las siguientes:

ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN JULIO 2021					Encuestas realizadas					
N.º	PUNTO DE INFORMACION	N.º PAX ATENDIDAS 2019	N.º Encuestas por punto 2021	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	154.740	192	30,30	48	64	80	47	90	99
2	PIT Palacio Real	46.828	61	9,64	15	20	26	11	30	41
3	Aeropuerto. Terminal 2	45.081	59	9,26	14	20	25	10	17	25
4	Aeropuerto. Terminal 4	48.615	65	10,3	16	22	27	10	16	25
5	PIT Callao	68.009	89	14	22	30	37	3	2	2
6	PIT Reina Sofía	41.082	54	8,6	13	18	23	13	26	37



ENCUESTAS ANUALES ESTUDIO DE SATISFACCIÓN JULIO 2021					Encuestas realizadas					
N.º	PUNTO DE INFORMACION	N.º PAX ATENDIDAS 2019	N.º Encuestas por punto 2021	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros	Madrileños	Provincias	Extranjeros
7	PIT de Centro Centro	16.285	22	3,4	5	8	9	2	5	9
8	PIT Paseo del Prado	50.077	70	11	18	23	29	14	30	39
9	PIT de Estadio Santiago Bernabéu	16.008	21	3,5	5	7	9	5	12	13
10	TOTALES	486.725	633	100,00	156	212	265	115	228	290

Metodología

En dicha encuesta se solicitan, en una primera parte, datos de interés meramente estadístico y, por otro lado, datos de valoración en relación con los servicios obtenidos, en función del grado de satisfacción o insatisfacción, sobre una escala de 1 a 10, significando:

1 = Muy insatisfecho/a

10 = Muy satisfecho/a

El modelo de cuestionario realizado se estructura en dos bloques, detallados a continuación:

Bloque 1. Datos Generales de la visita a la Ciudad de Madrid y perfil de las personas entrevistadas.

El primer bloque consiste en una serie de preguntas básicas de interés estadístico como la procedencia, la edad, el sexo, el motivo principal de la visita, y el medio de transporte en el que se ha llegado a la ciudad.

Bloque 2. Valoración de los SAIT.

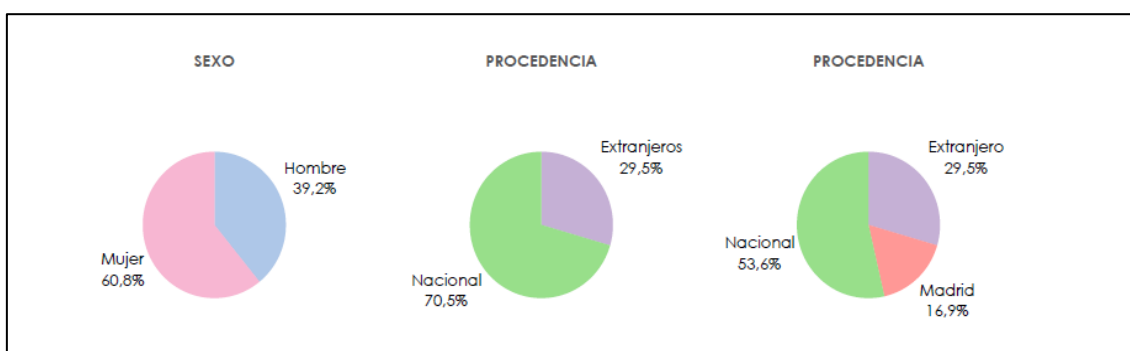
En el segundo bloque se valoran los Servicios de Atención e Información Turística, en cuanto a las instalaciones, el personal de atención, la organización del servicio, los medios materiales y documentales y una valoración global de los servicios, así como otros aspectos como si volvería a usarlos o si los recomendaría a familiares y/o amigos.

BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA

Procedencia y sexo

De las personas que han participado en el estudio, un **29,5 % eran extranjeros** y el **70,5% españoles**, de los cuales un **60,8% eran mujeres** y un **39,2 % hombres**.

Es de destacar que el **16,9%** de los que visitaron los puntos de información turística eran residentes en Madrid.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Nacionalidad de las personas encuestadas

De las personas que han colaborado en el estudio el 70,5% son españoles y los que proceden de fuera de España, **destacan los procedentes de Francia con un 5,69% del total de los encuestados**, seguidos de **Italia con un 4,11%**, **Colombia y México con un 3% y con un 2,69% Estados Unidos**. En total se ha realizado el estudio con la colaboración de 71 nacionalidades diferentes.

A continuación se detalla el ranking de las **diez principales nacionalidades** de las personas extranjeras entrevistadas:

	Nº Encuestas	% Total
España	446	70,46%
Francia	36	5,69%
Italia	26	4,11%
Colombia	19	3,00%
México	19	3,00%
Estados Unidos	17	2,69%
Portugal	11	1,74%
Argentina	7	1,11%
Puerto Rico	5	0,79%
Reino Unido	5	0,79%

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Con respecto a la comunidad autónoma de **procedencia de los españoles**, destacan los **catalanes con un 18,48%**, seguidos por los **madrileños con el 16,9%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Andalucía con el 9,09%, seguida por la Comunidad Valenciana con el 8,50%, y Canarias con el 5,57%.

A continuación se detalla el ranking de las diez principales comunidades españolas de las personas entrevistadas:

	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	31	9,09%
Galicia	9	2,64%
Catalunya	63	18,48%
Comunidad Valenciana	29	8,50%
Canarias	19	5,57%
Castilla y León	14	4,11%
Castilla La Mancha	11	3,23%
Asturias	1	0,29%
Aragón	12	3,52%
Extremadura	7	2,05%

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

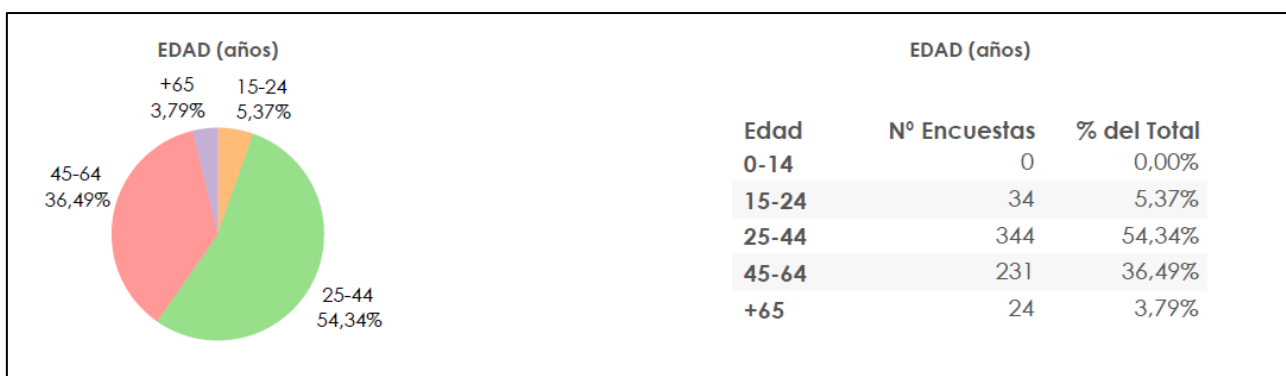
En cuanto a la provincia de **procedencia de los españoles**, destacan los **madrileños con el 31,38%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 15,84%, seguida de Valencia con el 4,69%, Las Palmas 4,11% y Las Islas Baleares con el 3,81%.

PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		PROCEDENCIA				
	Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total
Madrid	107	31,38%	Burgos	3	0,88%	Segovia	19	0,39%
Barcelona	54	15,84%	Castellón	3	0,88%	Albacete	25	0,51%
Valencia	16	4,69%	Jaén	3	0,88%	Ávila	13	0,26%
Las Palmas	14	4,11%	Málaga	3	0,88%	Cantabria	44	0,90%
Islas Balea..	13	3,81%	Tarragona	3	0,88%	Ceuta	7	0,14%
Alicante	10	2,93%	Álava	2	0,59%	Ciudad Re..	24	0,49%
Toledo	10	2,93%	Almería	2	0,59%	Guadalaj..	19	0,39%
Zaragoza	10	2,93%	Badajoz	2	0,59%	Huesca	18	0,37%
Córdoba	9	2,64%	Granada	2	0,59%	Palencia	18	0,37%
Guipúzcoa	7	2,05%	La Rioja	2	0,59%	Soria	16	0,33%
Murcia	6	1,76%	Lugo	2	0,59%	Valladolid	32	0,65%
Salamanca	6	1,76%	Teruel	2	0,59%	Zamora	12	0,24%
Sevilla	6	1,76%	Vizcaya	2	0,59%			
Cáceres	5	1,47%	Asturias	1	0,29%			
Cádiz	5	1,47%	Cuenca	1	0,29%			
Gerona	5	1,47%	Huelva	1	0,29%			
La Coruña	5	1,47%	Lérida	1	0,29%			
Navarra	5	1,47%	Melilla	1	0,29%			
Santa Cru..	5	1,47%	Orense	1	0,29%			
León	4	1,17%	Pontevedra	1	0,29%			

Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Edad

De los encuestados, **el 54,34%, tienen edades comprendidas entre los 25 y los 44 años**, seguidos, con un 36,49% de los de edades entre 45 y 64 años, aquellos que se encuentran entre la franja de los 15 y los 24 años representan el 5,37%. Finalmente los mayores de 65 años suponen el 3,79%.

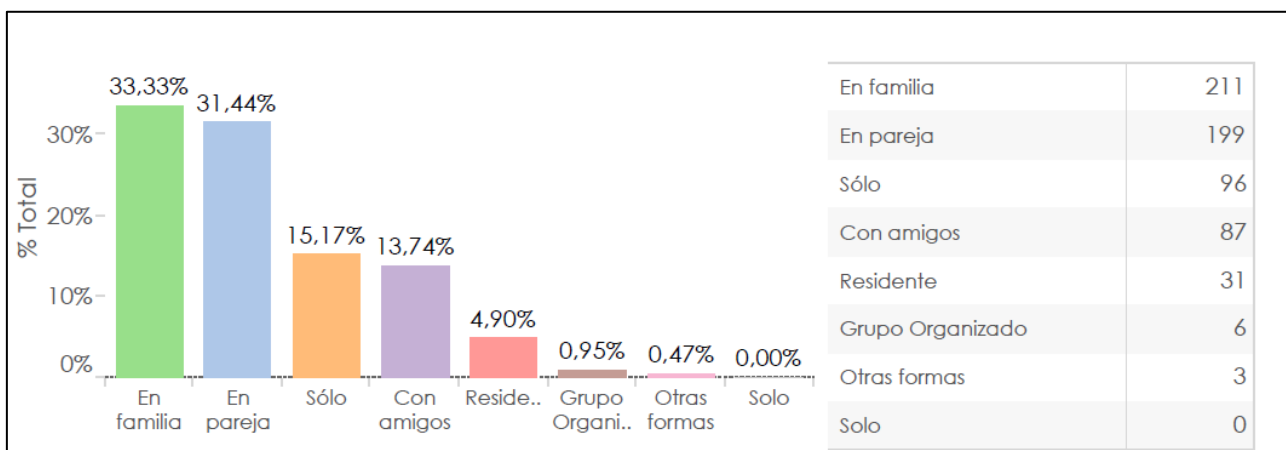


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, **el 33,33% viaja en familia**, el 31,44% viaja en pareja y el 15,17% viaja solo, el 13,74% con amigos y el 4,90% son residentes, 0,95% viaja en grupos organizados y aquellos que eligen otras formas con quien viajar supone el 0,47%.

Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 84,83%.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

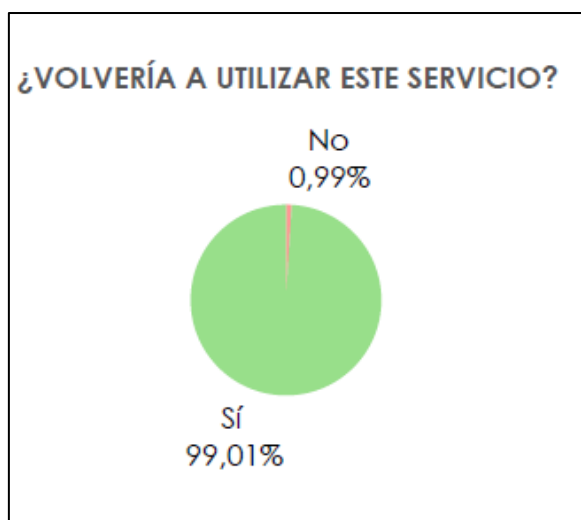
BLOQUE 2. VALORACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO POR LOS SAIT

Utilización de los Servicios

El 100% de las personas encuestadas utilizaron los SAIT.

A la hora de realización de la encuesta se priorizó a aquellas personas que hubieran utilizado los servicios para poder tener una mejor valoración del servicio prestado.

El 99,01% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.

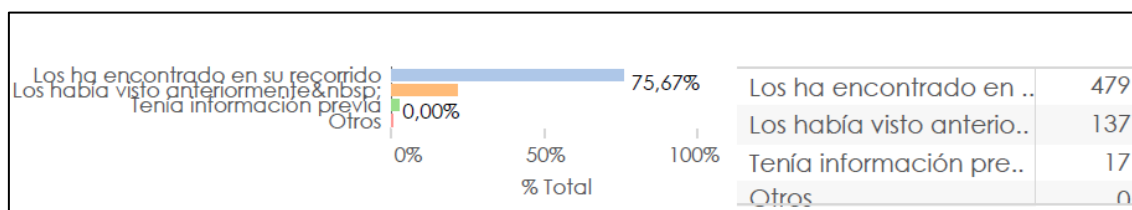


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Localización de los SAIT

La mayoría de las personas encuestadas **han encontrado los SAIT en el recorrido de su visita a la ciudad**, un **75,67%**, mientras que el 21,64% ya los habían visitado con anterioridad y el 2,68% disponía de información previa sobre su localización.

A continuación se especifican los datos de cómo han localizado las instalaciones las personas encuestadas:



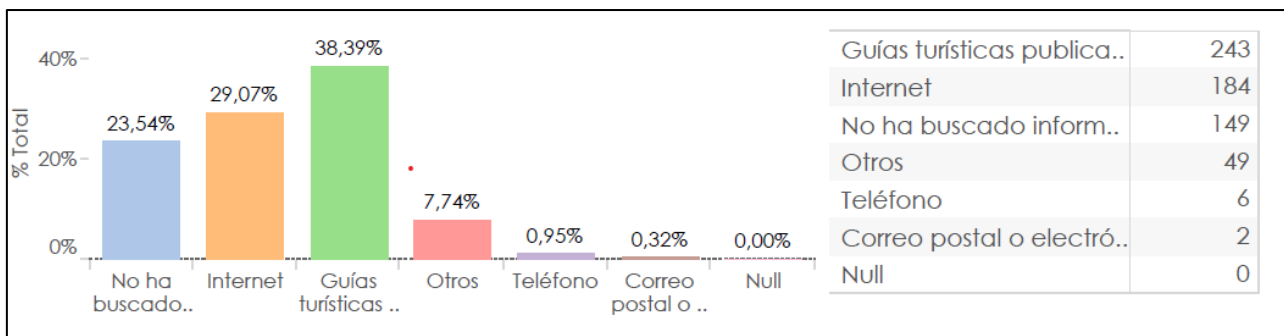
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El **38,39%** han buscado información sobre la ciudad mediante las guías turísticas, mientras que el 29,07% ha buscado información a través de internet y el 23,54% no ha buscado información y el 7,74% ha buscado información por otros medios.

Residualmente encontramos quien ha buscado la información por medio del teléfono un 0,95%, o a través de correo electrónico y postal con un 0,32%.

En el gráfico adjunto se pueden observar estos datos:



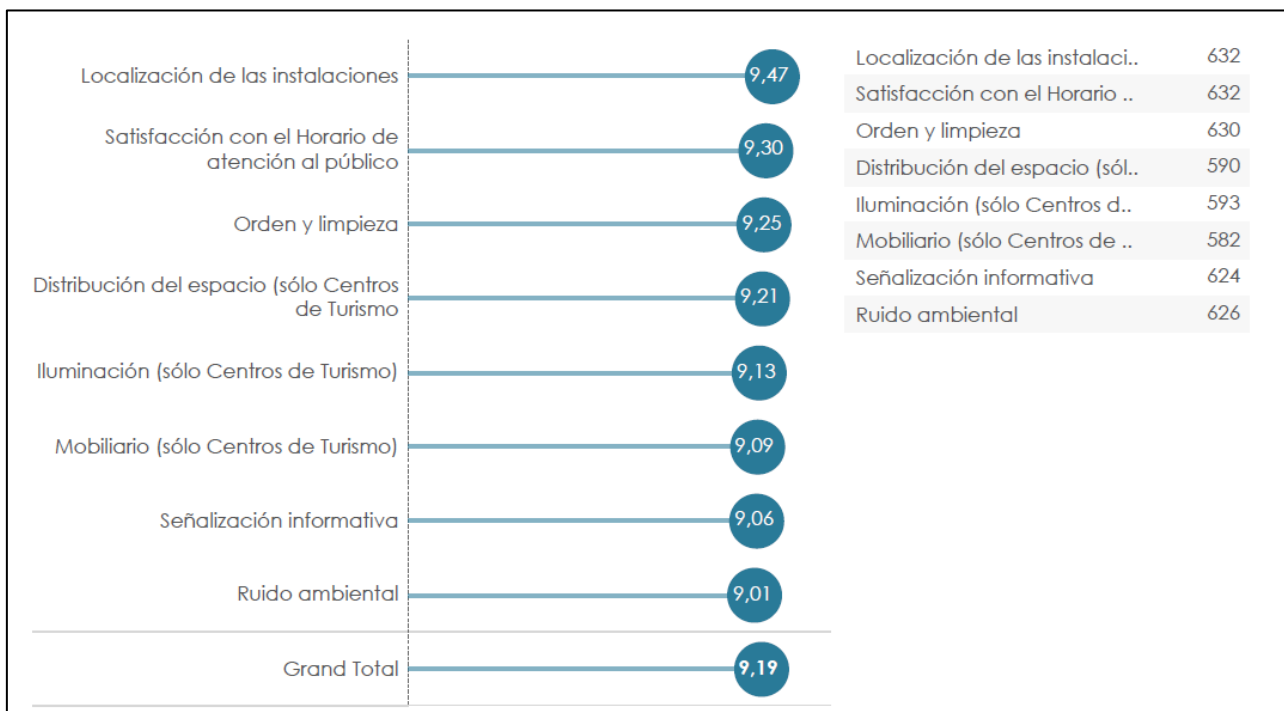
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Valoración de las Instalaciones de los SAIT

Las instalaciones de los SAIT tienen una valoración media de un 9,19.

De los aspectos **mejor valorados** en este apartado en primer lugar se encuentra la **localización de las instalaciones con un 9,47**, seguida por la satisfacción con el horario de atención al público con un 9,30, seguida por el orden y la limpieza con una valoración media de 9,25, la valoración de la distribución del espacio (sólo en Centros de Turismo) con un 9,21 y la iluminación (sólo Centros de Turismo) con un 9,13.

En el gráfico que se muestra a continuación se pueden comparar estos datos:



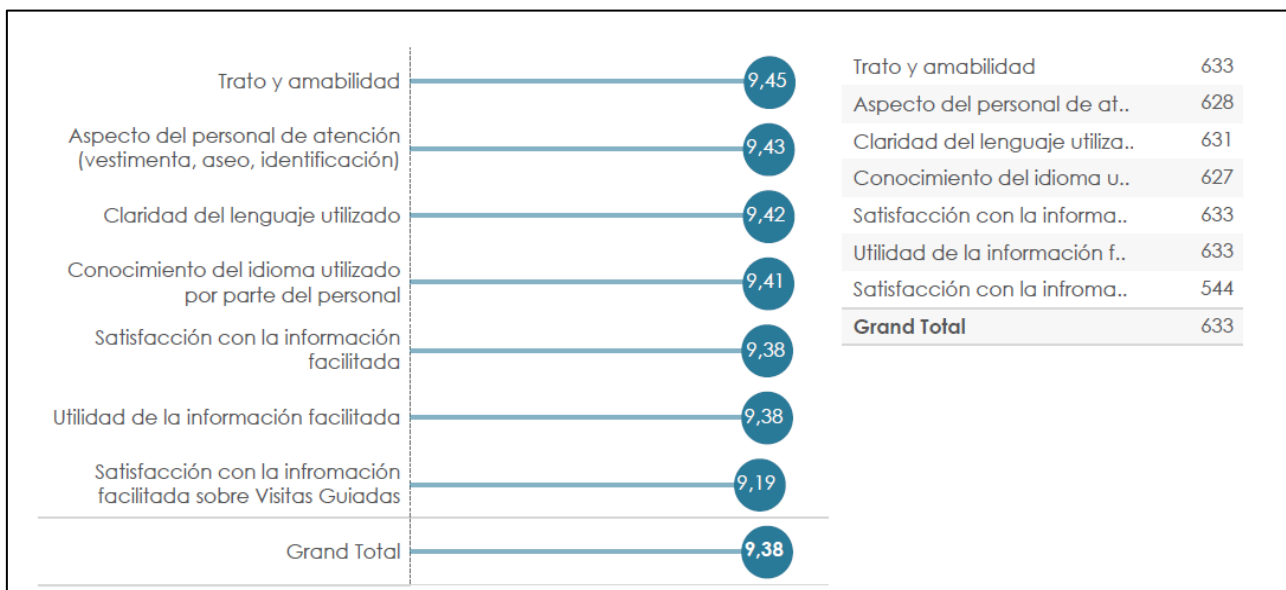
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Personal de Atención de los SAIT

El trato y amabilidad es el punto mejor valorados con un 9,45, seguido por el aspecto del personal de atención (vestimenta, aseo, identificación) con un 9,43.

Otros aspectos bien valorados han sido la claridad del lenguaje utilizado con un 9,42, el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal con un 9,41 y la satisfacción con la información facilitada junto con la utilidad de la información facilitada, ambos con un 9,38.

La valoración media en este apartado ha sido de 9,38.

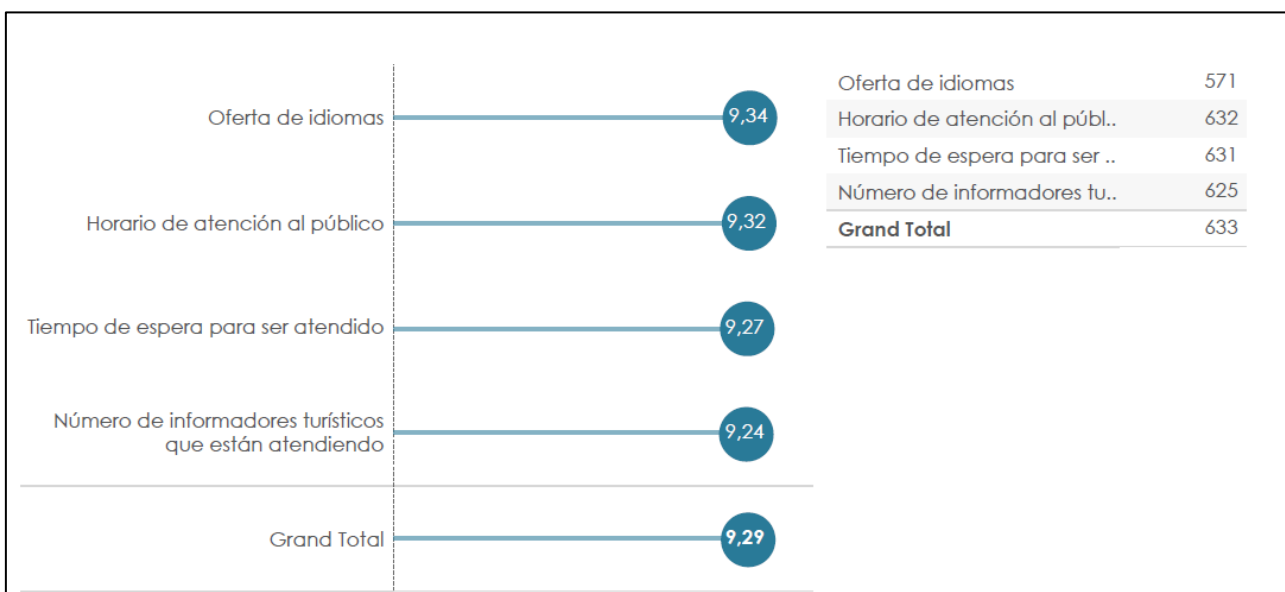


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un 9,29 de media.

Los dos aspectos mejor valorados que superan la media son la oferta de idiomas con un 9,34, el horario de atención al público con un 9,32. A estos aspectos le sigue el tiempo de espera para ser atendido con un 9,24.



Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un 9,29.

La adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,34 y la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con un 9,32, son los aspectos más valorados.

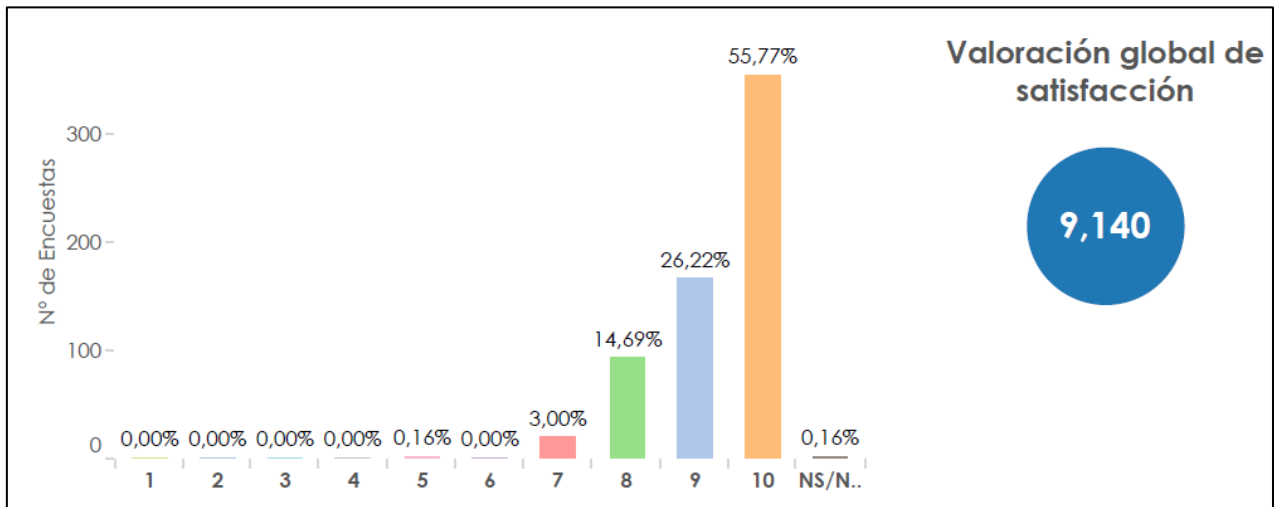


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales

Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de 9,140.

Es de destacar que el 96,68% de las valoraciones realizadas supera el 8, detallado en el siguiente cuadro:



VALORACIÓN DEL SERVICIO EN GOOGLE MAPS

Los usuarios que acuden al Centro de Turismo de Plaza Mayor de Madrid y Puntos de Información Turística pueden introducir sus comentarios y reseñas en el Servicio de **Google Maps** para realizar la valoración acerca de la atención recibida por los Servicios de Atención e Información Turística.

La Subdirección de Atención al Visitante tiene un procedimiento destinado a la descripción del proceso para la gestión de las respuestas a los comentarios que introducen en Google Maps los usuarios que acuden al Centro de Turismo de Plaza Mayor, 27 de Madrid, acerca de la prestación del Servicio de Atención e Información Turística.

En general las puntuaciones del Servicio de Información Turística en Google maps son buenas, y aquellas que no superan la puntuación de 4 estrellas, en la respuesta les pedimos que nos cuenten su experiencia para tomar las medidas oportunas y así mejorar el servicio.

Madrid, 15 de febrero de 2022.