

INFORME DE ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID JUNIO 2017

RESUMEN EJECUTIVO

El **Personal de Atención es el mejor valorado** de los grupos a evaluar, con una **media de 9,51**. Destacando en su aspecto más positivo el trato y amabilidad con una puntuación de 9,60, seguido del conocimiento del idioma utilizado por parte del personal con un 9,59, y con la misma puntuación encontramos el ítem de la claridad del lenguaje utilizado, obteniendo la puntuación más baja la Satisfacción con la información facilitada sobre Visitas Guiadas con un 9,26.

A continuación la **Organización del Servicio**, con **9,23 de media**. Siendo el aspecto mejor evaluado **es el horario de atención al público con un 9,41** y el peor valorado el número de informadores turísticos que están atendiendo con un 8,96.

En tercer lugar tenemos los **Medios materiales y documentales**, con una **media de 9,01**. Siendo su aspecto mejor evaluado el **aspecto de adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,13** y, el que ha obtenido una puntuación más baja, la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con una puntuación de 8,87.

En último lugar se encontraría la **valoración de las Instalaciones de los SAIT**, con una media de **8,80**. Siendo su aspecto mejor valorado **la Satisfacción con el horario de atención al público** con un 9,25 y, el peor valorado el ruido ambiental con una puntuación de 7,88.

Para concluir, los Servicios de Atención e Información Turística, tienen una **valoración media global de 8,99, con un porcentaje de 95,3% de encuestados que han valorado dichos servicios por encima de 8**. 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
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99

ÍNDICE

1. Introducción
2. Metodología del estudio
3. Bloque 1. Datos Generales de la visita
4. Bloque 2. Valoración del Servicio prestado por los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT)

1. 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.

2. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO

Fecha y lugar de realización

El estudio sobre la Calidad de los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) se realizó del **12 al 18 de junio de 2017**.

Las encuestas se realizaron en las siguientes instalaciones:

- Centro de Turismo de Madrid – Plaza Mayor
- PIT Plaza Callao

- PIT Paseo del Prado
- PIT de Atocha
- PIT de Estadio Santiago Bernabéu
- PIT de Recoletos-Colón
- PIT de Centro-Centro
- Unidad Móvil
- 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 **1300 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 2017.

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 2016	
Centro de Turismo Plaza Mayor	681.687
PIT Plaza de Callao	153.569
PIT Paseo del Prado	140.305
PIT Atocha	91.297
PIT Estadio Santiago Bernabéu	41.134
PIT Recoletos-Colón	41.234
PIT Centro-Centro	56.808
Aeropuerto Terminal 4	276.033
Aeropuerto Terminal 2	231.306
Unidad Móvil	191.604
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	1.904.977

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 2016 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizan un mínimo de **1300 cuestionarios**, lo que nos aporta unos resultados con un nivel de confianza del 97% y un margen de error de $\pm 3\%$.

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 2016 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 2016, el 52,42% eran extranjeros, el 17,74% madrileños y el 29,84% del resto de provincias españolas, por lo que la proporción de encuestas a realizar para este muestreo es la siguiente:

Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2016	Nº Encuestas por punto 2017	% Encuestas	Madriños	Españoles	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	681.687	465	35,78%	82	139	244
2	PIT Plaza de Callao	153.569	105	8,06%	19	31	55
3	PIT Paseo del Prado	140.305	96	7,37%	17	29	50
4	PIT de Atocha	91.297	62	4,80%	11	18	33
5	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	41.134	28	2,16%	5	8	15
6	PIT de Recoletos-Colón	41.234	28	2,16%	5	8	15
7	PIT de Centro Centro	56.808	39	2,98%	7	12	20
8	Unidad Móvil	191.604	131	10,06%	23	39	69
9	Aeropuerto. Terminal 4	276.033	188	14,49%	33	56	99
10	Aeropuerto. Terminal 2	231.306	158	12,14%	28	47	83
	TOTALES	1.904.977	1300	100,00%	230	387	683

Fuente: Perfil del Turista Atendido, Informe Estadístico de los SAIT del año 2016. E. M. Madrid Destino.

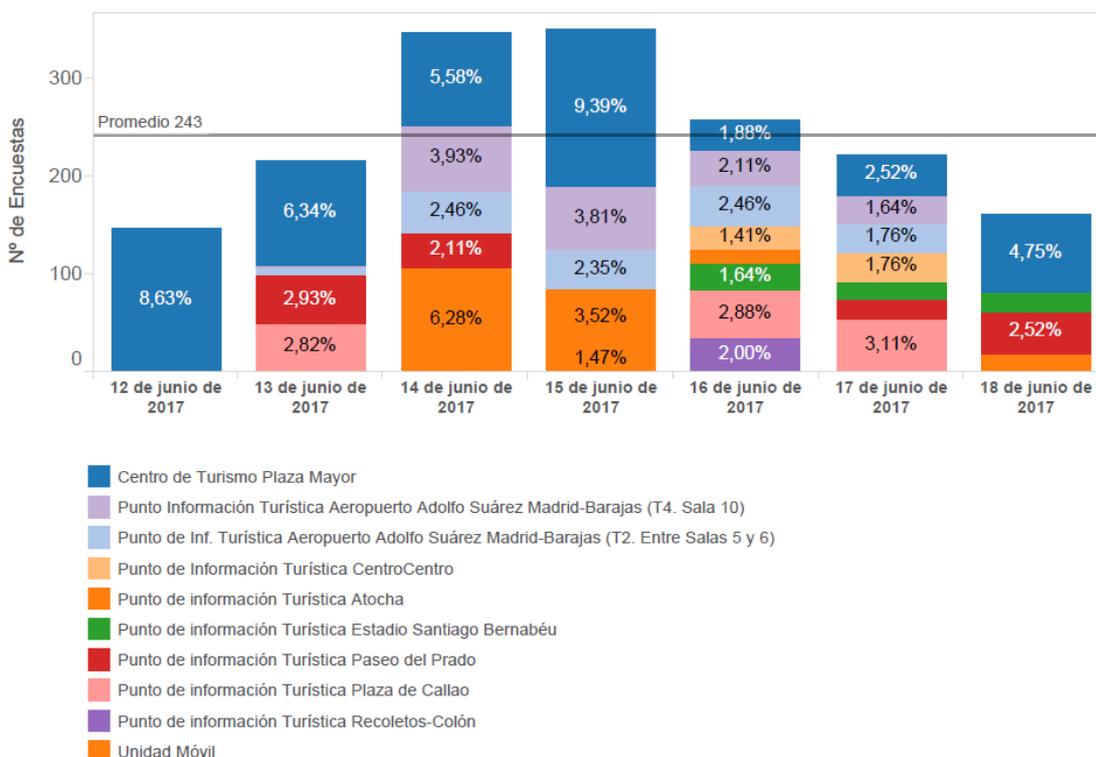
Finalmente el total de **encuestas realizadas son 1.704**, se hicieron un número mayor en previsión de las posibles encuestas que pudieran resultar erróneas, resultando

1.704 encuestas realizadas correctamente y tabuladas. Se realiza el informe con este número de encuestas.

En junio de 2017 los lugares y porcentajes de realización de encuestas han resultado ser los siguientes:

Resumen encuestas realizadas

Mes	Nombre (Centro)	% de total Nº de Encuestas	Nº de Encuestas
junio	Centro de Turismo Plaza Mayor	39,08%	666
junio	Punto Información Turística Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas (T4. Sala 10)	11,62%	198
junio	Punto de Inf. Turística Aeropuerto Adolfo Suárez Madrid-Barajas (T2. Entre Salas 5 y 6)	9,51%	162
junio	Punto de Información Turística CentroCentro	3,17%	54
junio	Punto de información Turística Atocha	4,34%	74
junio	Punto de información Turística Estadio Santiago Bernabéu	3,87%	66
junio	Punto de información Turística Paseo del Prado	8,80%	150
junio	Punto de información Turística Plaza de Callao	8,80%	150
junio	Punto de información Turística Recoletos-Colón	2,00%	34
junio	Unidad Móvil	8,80%	150
junio	Total general	100%	1.704



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.

3. BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA

3.1. Procedencia y sexo

De las personas que han participado en el estudio, un **54,28% eran extranjeros** y el **45,72 % españoles**, de los cuales un **58,27% eran mujeres** y un **41,73 % hombres**.

Es de destacar que el **17,37%** de los que visitaron los puntos de información turística eran residentes en Madrid.

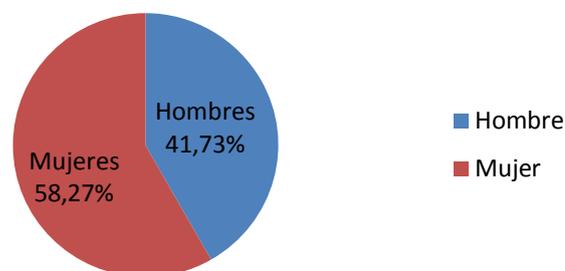
PROCEDENCIA		
	% de total	Nº Encuestas
Nacional	45,72%	779
Extranjeros	54,28%	925
TOTAL	100%	1.704

PROCEDENCIA

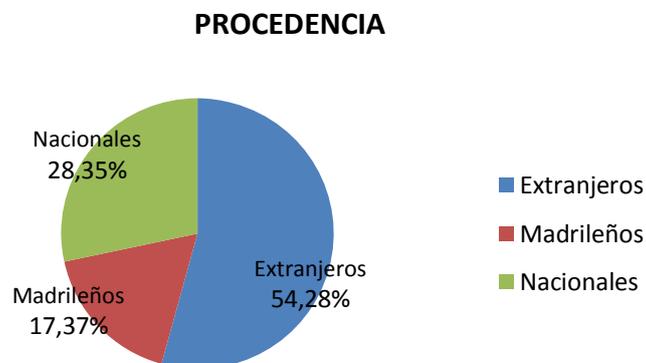


SEXO		
	% de total	Nº Encuestas
Hombres	41,73%	711
Mujeres	58,27%	993
TOTAL	100%	1.704

SEXO



PROCEDENCIA		
	% de total	Nº Encuestas
Extranjeros	54,28%	925
Madrileños	17,37%	296
Nacionales	28,35%	483
TOTAL	100%	1.704



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

3.2. Nacionalidad de las personas encuestadas

De las personas que han colaborado en el estudio el 45,72% son españoles y los que proceden de fuera de España, **destacan los procedentes de Argentina con un 7,51%** del total de los encuestados, seguidos de **Estados Unidos con un 5,05%**, **Francia con un 4,64%**, **Italia con un 4,17%** y **Alemania con un 3,11%**. 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:

Pais	Nº Encuestas	% Total
España	779	45,72%
Argentina	128	7,51%
Estados Unidos	86	5,05%
Francia	79	4,64%
Italia	71	4,17%
Alemania	53	3,11%
Brasil	50	2,93%
Colombia	45	2,64%
Australia	35	2,05%
Chile	35	2,05%

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 **madrileños con el 17,37%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Andalucía con el 11,92%, seguida por Cataluña con el 10,16%, y la Comunidad Valenciana y Canarias con el 6,50% y 5,28 respectivamente.

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

Comunidad	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	88	11,92%
Catalunya	75	10,16%
Comunidad Valenciana	48	6,50%
Canarias	39	5,28%
Castilla y León	34	4,61%
Aragón	16	2,17%
Castilla La Mancha	14	1,90%
Asturias	11	1,49%
Cantabria	5	0,68%
Ceuta	1	0,14%

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 también los **madrileños con el 37,99%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 7,86%, seguida de Sevilla con el 4,20%, Valencia con el 3,52% y Vizcaya con el 3,39%.

PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		PROCEDENCIA				
	Nº Encu..	% Total		% Total	Nº Encu..	% de to..		
Barcelona	58	7,86%	Cádiz	7	0,95%	Navarra	3	0,41%
Sevilla	31	4,20%	Valladolid	7	0,95%	Ávila	2	0,27%
Valencia	26	3,52%	Cáceres	6	0,81%	Gerona	2	0,27%
Vizcaya	25	3,39%	Castellón	6	0,81%	Guadalajara	2	0,27%
Las Palmas	22	2,98%	Almería	5	0,68%	Segovia	2	0,27%
Guipúzcoa	17	2,30%	Cantabria	5	0,68%	Ceuta	1	0,14%
La Coruña	17	2,30%	León	5	0,68%	Ciudad Real	1	0,14%
Santa Cruz..	17	2,30%	Murcia	5	0,68%	Palencia	1	0,14%
Alicante	16	2,17%	Pontevedra	5	0,68%	Soria	1	0,14%
Burgos	12	1,63%	Tarragona	5	0,68%	Teruel	1	0,14%
Granada	12	1,63%	Albacete	4	0,54%			
Asturias	11	1,49%	Badajoz	4	0,54%			
Córdoba	11	1,49%	Huesca	4	0,54%			
Jaén	11	1,49%	La Rioja	4	0,54%			
Zaragoza	11	1,49%	Lugo	4	0,54%			
Islas Balea..	10	1,36%	Orense	4	0,54%			
Lérida	10	1,36%	Salamanca	4	0,54%			
Málaga	8	1,08%	Toledo	4	0,54%			
Álava	7	0,95%	Cuenca	3	0,41%			
			Huelva	3	0,41%			

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

3.3. Edad

Casi la mitad de los encuestados, con **el 50,41%, tienen edades comprendidas entre los 25 y los 44 años**, seguidos, con un 29,34% de los de edades entre 45 y 64 años. Finalmente, encontramos los menores de 24 años con 10,15% y los mayores de 65 con un 9,98%.

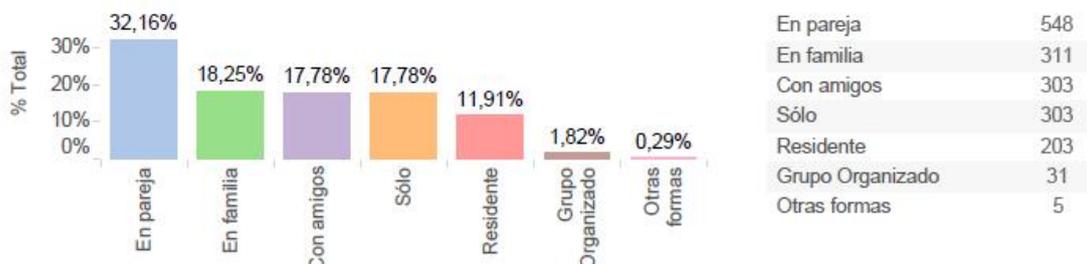


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.4. Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, **el 32,16% viaja en pareja**, el 18,25% viaja en familia y el 17,78% con amigos. Con el mismo porcentaje tendríamos a las personas que viajan solas con un 17,78%, seguidos por los residentes con un 11,91%, los que viajan con grupos organizados con un 1,82%, y por último los que viajan con otras formas con un 0,29%.

Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 82,22%.



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

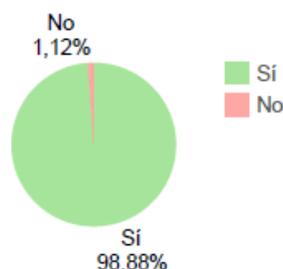
4. BLOQUE 2. VALORACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO POR LOS SAIT

4.1. 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 98,88% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.



¿VOLVERÍA A UTILIZAR ESTE SERVICIO?

		Nº encuestas
Sí	98,88%	1.692
No	1,12%	12

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

4.2. Localización de los SAIT

La mayoría de las personas encuestadas **han encontrado los SAIT en el recorrido de su visita a la ciudad**, un **61,61%**, mientras que el 25,94% ya los habían visitado con anterioridad y el 5,81% disponía de información previa sobre su localización. Mientras que el resto, el 1,64%, los localizó por otras vías.

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



Los ha encontrado en su recorrido	1.135
Los había visto anteriormente	442
Tenia información previa	99
Otros	28

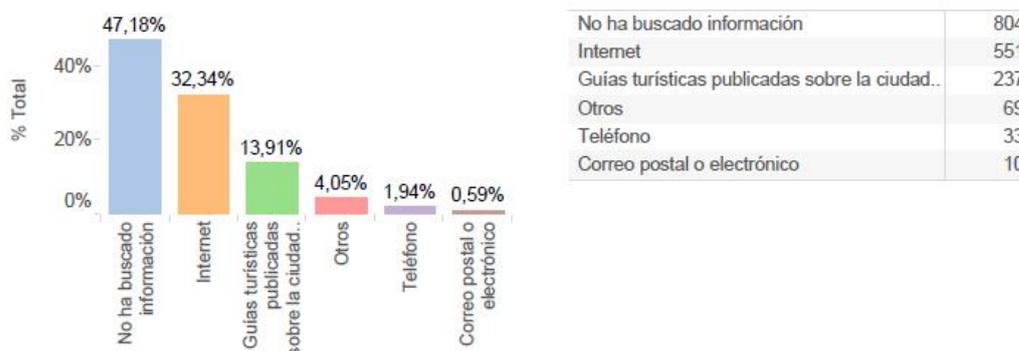
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.3. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El **47,18%** no ha buscado información sobre la ciudad antes de su visita, mientras que el 32,34% ha buscado información a través de alguna página web y el 13,91% la ha buscado en guías turísticas de la ciudad.

También, pero en menor medida, se recurre a otros medios con un 4,05% como a la familia y/o amigos, principalmente, a la información procedente de visitas anteriores o a periódicos y revistas. Residualmente encontramos quien ha buscado la información a través del teléfono de atención no presencial con un 1,94% o a través de correo electrónico y postal con un 0,59%.

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.

4.4. Valoración de las Instalaciones de los SAIT

Las instalaciones de los SAIT tienen una valoración media de un **8,80**.

De los aspectos **mejor valorados** en este apartado en primer lugar se encuentra **la satisfacción con el horario de atención al público con un 9,25**, seguida por la localización de las instalaciones con una valoración media de 9,15, la valoración media de la iluminación es de 8,92 y la distribución del espacio representa un 8,91.

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.

4.5. Personal de Atención de los SAIT

El trato y la amabilidad utilizado por el personal de atención es el aspecto mejor valorado con un 9,60, junto con el conocimiento del idioma utilizado y la claridad del lenguaje utilizado, ambos con valoración de 9,59.

Otros aspectos bien valorados han sido la satisfacción con la información facilitada con un 9,52% y el aspecto del personal de atención (vestimenta, aseo, identificación) con un 9,51%.

La valoración media en este apartado hasido de 9,51.

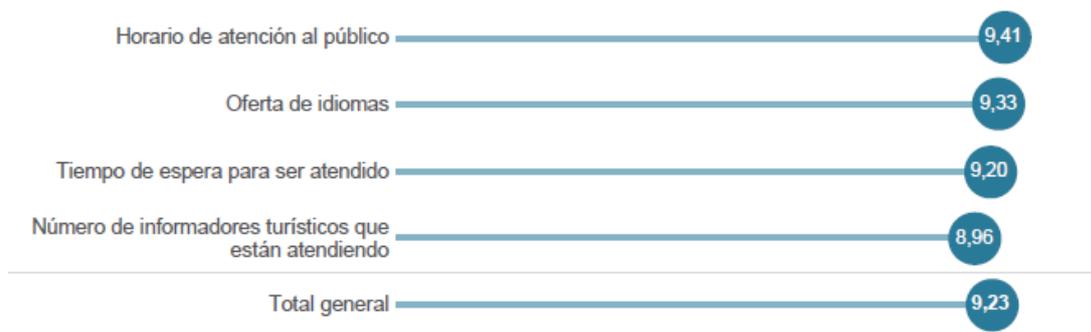


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.6. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un **9,23 de media**.

Los dos aspectos mejor valorados que superan la media son el horario de atención al público, con un **9,41 de valoración**, y la oferta de idiomas con un 9,33. A estos aspectos les seguiría el tiempo de espera para ser atendido, con un 9,20.



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

4.7. Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un **9,01**

La adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,13, y el contenido de los folletos con un 9,08, son los aspectos más valorados.



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

4.8. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **8,99**.

Es de destacar que **el 95,3% de las valoraciones realizadas supera el 8**, detallado en el siguiente cuadro:

