

## INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID AÑO 2018

### RESUMEN EJECUTIVO

El **Personal de Atención es el mejor valorado** de los grupos a evaluar, con una **media de 9,66**. Destacando en su aspecto más positivo el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal con una puntuación de 9,76, seguido por la claridad del lenguaje utilizado con un 9,75, y con la misma puntuación encontramos el ítem del trato y amabilidad, obteniendo la puntuación más baja la Satisfacción con la información facilitada sobre Visitas Guiadas con un 9,25.

A continuación la **Organización del Servicio**, con **9,48 de media**. Siendo el aspecto mejor evaluado **es el horario de atención al público con un 9,61** y el peor valorado el número de informadores turísticos que están atendiendo con un 9,37.

En tercer lugar tenemos los **Medios materiales y documentales**, con una **media de 9,09**. Siendo su aspecto mejor evaluado el **aspecto de adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,29** y, el que ha obtenido una puntuación más baja, la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con una puntuación de 8,86.

En último lugar se encontraría la **valoración de las Instalaciones de los SAIT**, con una media de **8,98**. Siendo su aspecto mejor valorado **la Satisfacción con el horario de atención al público con un 9,54** y, el peor valorado el ruido ambiental con una puntuación de 7,84.

Para concluir, los Servicios de Atención e Información Turística, tienen una **valoración media global de 9,078**, con un **porcentaje de 97,37% 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	2018
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99	9,078



## 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**

Este año en el estudio sobre la Calidad de los Servicios de Atención e Información Turística (SAIT) se ha dividido la captación de encuestas en diferentes momentos del año para la obtención de una muestra más diversa, realizando las encuestas en los meses de febrero, mayo y septiembre.





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
- 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 **1200 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 2018.



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 2017	
Centro de Turismo Plaza Mayor	591.906
PIT Plaza de Callao	257.487
PIT Paseo del Prado	219.335
PIT Pº del Arte	70.184
PIT Estadio Santiago Bernabéu	63.426
PIT Recoletos	52.555
PIT Centro-Centro	42.984
Aeropuerto Terminal 4	236.269
Aeropuerto Terminal 2	264.399
Unidad Móvil	530.879
<b>TOTAL PERSONAS ATENDIDAS</b>	<b>2.329.424</b>

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 2017 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizan un mínimo de **1200 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 2017 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 2017, el 54,28% eran extranjeros, el 17,37% madrileños y el 28,35% 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 AÑO 2018							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2017	Nº Encuestas por punto 2018	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	591.906	305	25,41%	53	86	166
2	PIT Plaza de Callao	257.487	133	11,05%	23	38	72
3	PIT Paseo del Prado	219.335	113	9,41%	20	32	61
4	PIT de Pº del Arte	70.184	36	3,01%	6	10	20
5	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	63.426	32	2,72%	6	9	17
6	PIT de Recoletos	52.555	27	2,26%	5	7	15
7	PIT de Centro Centro	42.984	22	1,85%	4	6	12
8	Unidad Móvil	530.879	274	22,80%	47	78	149
9	Aeropuerto. Terminal 4	236.269	121	10,14%	21	34	66
10	Aeropuerto. Terminal 2	264.399	137	11,35%	24	39	74
	<b>TOTALES</b>	<b>2.329.424</b>	<b>1200</b>	<b>100,00%</b>	<b>209</b>	<b>339</b>	<b>652</b>

Fuente: Perfil del Turista Atendido, Informe Estadístico de los SAIT del año 2017. E. M. Madrid Destino.



Finalmente el total de **encuestas realizadas son 1.488**, se hicieron un número mayor en previsión de las posibles encuestas que pudieran resultar erróneas, resultando 1.488 encuestas realizadas correctamente y tabuladas. Se realiza el informe con este número de encuestas.

Desde el 11 de febrero de 2018 no se dispone de Unidad Móvil, por lo que se distribuye el número de encuestas que se tenían que realizar en este punto, en el resto de Puntos de Información Turística.

En el año 2018 los lugares y porcentajes de realización de encuestas han resultado ser los siguientes:

### Resumen encuestas realizadas

En Febrero las encuestas se realizarón los días 19, 20 y 21. El número de encuestas realizadas en cada punto fueron las siguientes:

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN - ENCUESTAS FEBRERO 2018					
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº Encuestas por punto 2018	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	245	58	67	120
2	PIT Plaza de Callao	70	14	18	38
3	PIT Paseo del Prado	51	11	15	25
4	PIT de Atocha	16	3	4	9
5	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	47	12	8	27
6	PIT de Recoletos	14	5	2	7
7	PIT de Centro Centro	11	2	3	6
8	Aeropuerto. Terminal 4	50	10	14	26
9	Aeropuerto. Terminal 2	59	13	18	28
	TOTALES	563	128	149	296



En Mayo las encuestas se realizarón los días 21, 22 y 23. El número de encuestas realizadas en cada punto son las siguientes:

<b>ESTUDIO DE SATISFACCIÓN - ENCUESTAS MAYO 2018</b>				
<b>PUNTO DE INFORMACION</b>	<b>Nº Encuestas por punto 2018</b>	<b>Madri le ños</b>	<b>Provincias</b>	<b>Extranjeros</b>
Centro de Turismo Plaza Mayor	141	23	37	81
PIT Plaza de Callao	60	12	18	30
PIT Paseo del Prado	51	10	15	26
PIT de Pº del Arte (Atocha)	31	8	7	16
PIT de Estadio Santiago Bernabéu	23	4	8	11
PIT de Recoletos	20	5	6	9
PIT de Centro Centro	19	3	8	8
Aeropuerto. Terminal 4	53	10	17	26
Aeropuerto. Terminal 2	64	12	18	34
<b>TOTALES</b>	<b>462</b>	<b>87</b>	<b>134</b>	<b>241</b>



En Septiembre las encuestas se realizarón los días 27, 28 y 29. El número de encuestas realizadas en cada punto son las siguientes:

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN - ENCUESTAS SEPTIEMBRE 2018					
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº Encuestas por punto 2018	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	135	26	42	67
2	PIT Plaza de Callao	65	14	19	32
3	PIT Paseo del Prado	50	9	15	26
4	PIT de Atocha	31	7	11	13
5	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	24	6	8	10
6	PIT de Recoletos	22	5	7	10
7	PIT de Centro Centro	21	4	8	9
8	Aeropuerto. Terminal 4	49	10	14	25
9	Aeropuerto. Terminal 2	66	14	20	32
	TOTALES	463	95	144	224

El número total de encuestas realizadas son 1.488.





## 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.

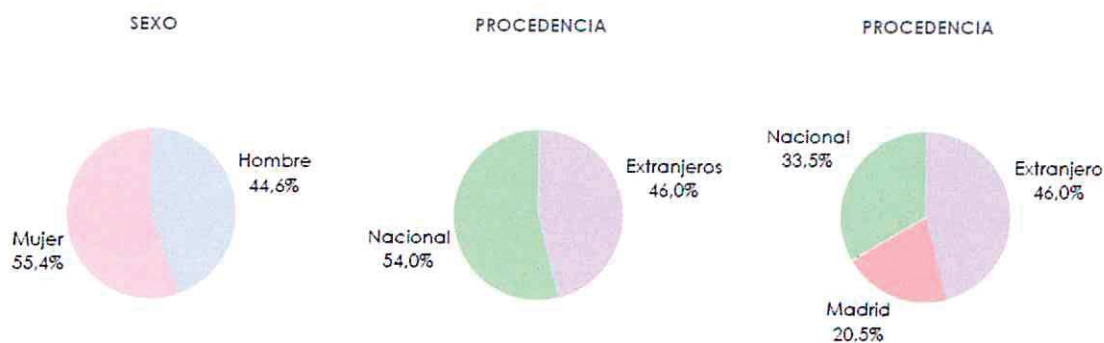
## **3. BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA**

---

### **3.1. Procedencia y sexo**

De las personas que han participado en el estudio, un **46 % eran extranjeros y el 54 % españoles**, de los cuales un **55,4% eran mujeres** y un **44,6 % hombres**.

Es de destacar que el **20,5%** 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.

### 3.2. Nacionalidad de las personas encuestadas

De las personas que han colaborado en el estudio el 54,03% son españoles y los que proceden de fuera de España, destacan los procedentes de Argentina con un 6,59% del total de los encuestados, seguidos de Francia con un 6,38%, Italia con un 3,16%, Estados Unidos con un 2,89% y Alemania con un 2,82%. 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	804	54,03%
Argentina	98	6,59%
Francia	95	6,38%
Italia	47	3,16%
Estados Unidos	43	2,89%
Alemania	42	2,82%
Brasil	39	2,62%
México	39	2,62%
Reino Unido	29	1,95%
Colombia	25	1,68%

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 20,5%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Cataluña con el 9,71%, seguida por Andalucía con el 9,15%, y Canarias con el 5,83%.

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

	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	66	9,15%
Extremadura	6	0,83%
Castilla y León	29	4,02%
Catalunya	70	9,71%
Canarias	42	5,83%
Castilla La Mancha	24	3,33%
Cantabria	8	1,11%
Asturias	10	1,39%
Aragón	18	2,50%
Comunidad Valenciana	33	4,58%

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 42,30%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 8,46%, seguida de las Islas Baleares con el 3,61%, Las Palmas con el 3,19% y La Coruña con el 2,77%.



PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		PROCEDENCIA				
Nº Encu..	% Total	Nº Encu..	% Total	Nº Encu..	% Total			
Madrid	305	42,30%	Pontevedra	7	0,97%	Palencia	9	0,27%
Barcelona	61	8,46%	Salamanca	7	0,97%	Tarragona	24	0,73%
Islas Balea..	26	3,61%	Castellón	6	0,83%	Valladolid	24	0,73%
Las Palmas	23	3,19%	Burgos	5	0,69%	Zamora	9	0,27%
La Coruña	20	2,77%	Córdoba	5	0,69%	Ávila	9	0,27%
Santa Cru..	19	2,64%	Murcia	5	0,69%	Jaén	24	0,73%
Cádiz	18	2,50%	Albacete	4	0,55%	Melilla	2	0,06%
Málaga	18	2,50%	Ciudad Re..	4	0,55%	Orense	16	0,49%
Vizcaya	17	2,36%	Guadalaj..	4	0,55%	Segovia	9	0,27%
Guipúzcoa	15	2,08%	Huelva	4	0,55%	Soria	8	0,24%
Alicante	14	1,94%	La Rioja	4	0,55%	Teruel	4	0,12%
Zaragoza	14	1,94%	Lérida	4	0,55%	Ceuta	5	0,15%
Valencia	13	1,80%	Badajoz	3	0,42%			
Asturias	10	1,39%	Cáceres	3	0,42%			
Sevilla	10	1,39%	Gerona	3	0,42%			
Toledo	10	1,39%	Huesca	3	0,42%			
Navarra	9	1,25%	Lugo	3	0,42%			
Cantabria	8	1,11%	Álava	2	0,28%			
Granada	8	1,11%	Almería	2	0,28%			
León	8	1,11%	Cuenca	2	0,28%			

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

### 3.3. Edad

De los encuestados, el **42,74%**, tienen edades comprendidas entre los **25 y los 44 años**, seguidos, con un **35,69%** de los de edades entre 45 y 64 años. Finalmente, encontramos los menores de 15 años con **0,07%** y los mayores de 65 con un **14,25%**.



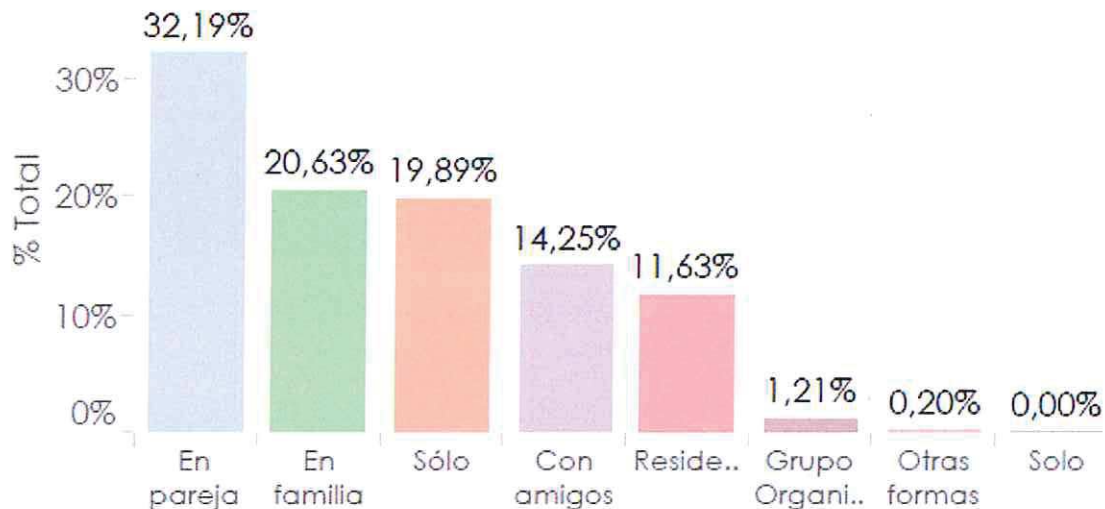
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.



### 3.4. Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, el **32,19% viaja en pareja**, el 20,63% viaja en familia y el 14,25% con amigos. Encontramos que las personas que viajan solas son un 19,89%, y los residentes con un 11,63%, los que viajan con grupos organizados con un 1,21%, y por último los que viajan con otras formas con un 0,20%.

Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 80,11%.



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

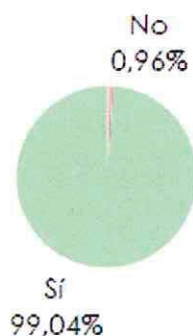
### 4.1. Utilización de los Servicios

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 99,04% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.**

### ¿VOLVERÍA A UTILIZAR ESTE SERVICIO?



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 **64,38%**, mientras que el 28,56% ya los habían visitado con anterioridad y el 4,57% disponía de información previa sobre su localización. Mientras que el resto, el 2,49%, los localizó por otras vías.

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.

### 4.3. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

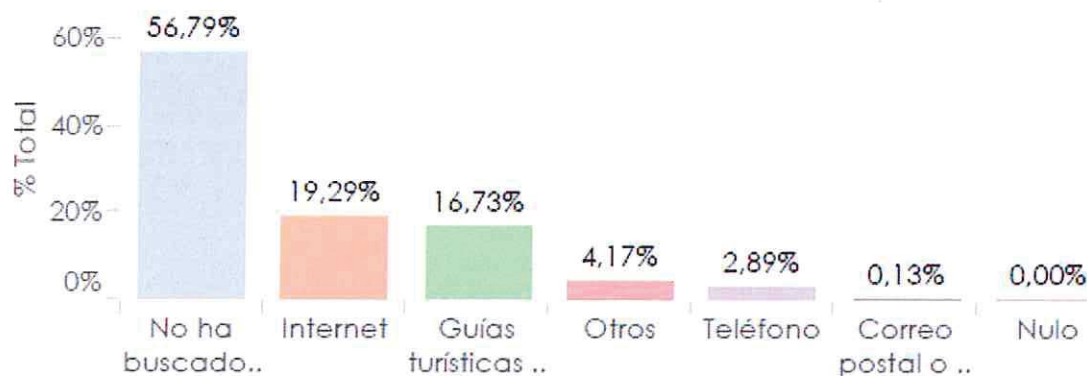
El **56,79%** no ha buscado información sobre la ciudad antes de su visita, mientras que el 19,29% ha buscado información a través de alguna página web y el 16,73% la ha buscado en guías turísticas de la ciudad.





También, pero en menor medida, se recurre a otros medios con un 4,17% 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 2,89% o a través de correo electrónico y postal con un 0,13%.

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 **8,98**, superando en 0,18 décimas la valoración media del año 2017 que se valoró con 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 9,54**, seguida por la localización de las instalaciones con una valoración media de 9,35, la valoración media del orden y limpieza con un 9,26 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.

#### 4.5. Personal de Atención de los SAIT

El conocimiento del idioma utilizado por parte del personal es el aspecto mejor valorado con un 9,76, junto con la claridad del lenguaje utilizado y el trato y la amabilidad, ambos con valoración de 9,75.

Otros aspectos bien valorados han sido la satisfacción con la información facilitada con un 9,73% y el aspecto del personal de atención (vestimenta, aseo, identificación) con un 9,71%.

La valoración media en este apartado ha sido de 9,66.



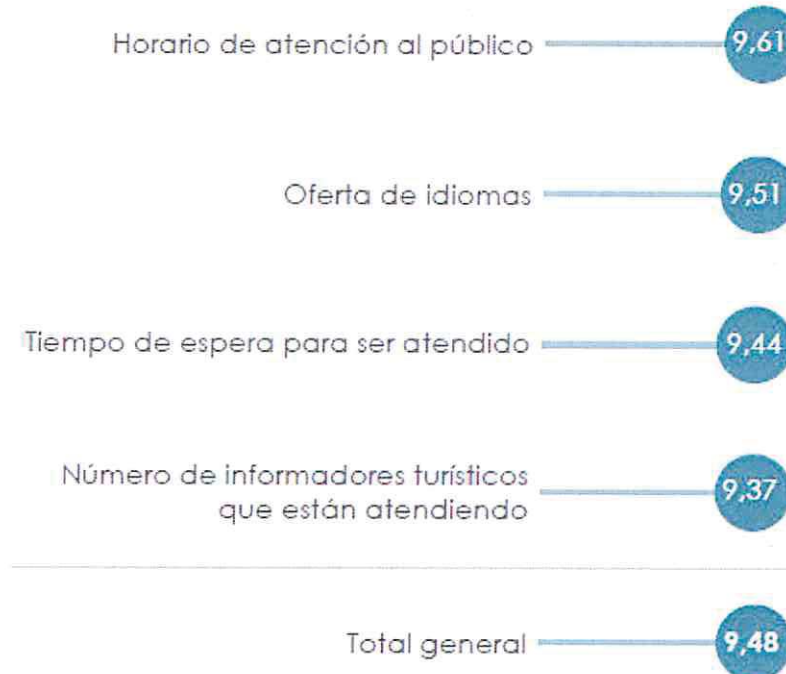
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

#### 4.6. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un **9,48 de media**.

Los dos aspectos mejor valorados que superan la media son el horario de atención al público, con un **9,61 de valoración**, y la oferta de idiomas con un 9,51. A estos aspectos les seguiría el tiempo de espera para ser atendido, con un 9,44.





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 9,09.**

La adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,29, y el contenido de los folletos con un 9,26, son los aspectos más valorados.

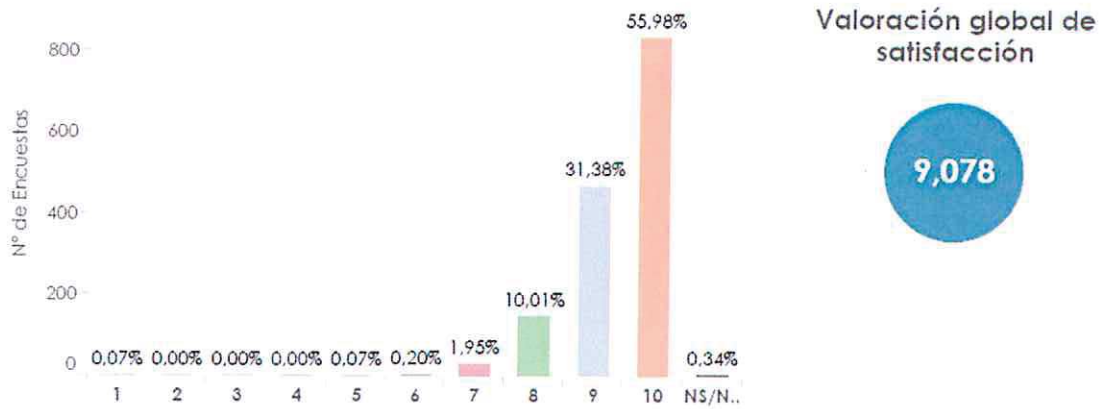


Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales

#### 4.8. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **9,078**.

Es de destacar que **el 97,37% de las valoraciones realizadas supera el 8**, detallado en el siguiente cuadro:



Madrid, 2 de octubre de 2018.