

INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL VISITANTE DE MADRID

AÑO 2022

RESUMEN EJECUTIVO

La “**Valoración del Personal de Atención de los SAV**” es el aspecto mejor valorado, con un 9,73 en este apartado. Destacando entre los aspectos más positivos el trato y la amabilidad y el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal con un 9,80, seguido por la claridad del lenguaje utilizado con un 9,79, la satisfacción con la información facilitada con un 9,76, y la utilidad de la información facilitada con un 9,73.

Los apartados “**Organización del Servicio**” y “**Medios materiales y documentales**” han obtenido una valoración medida de un 9,44. Destacando en la Organización del Servicio y superando la media obtenida, los aspectos el horario de atención al público con un 9,67 y la oferta de idiomas con un 9,63, seguido del tiempo de espera para ser atendido con un 9,42. En cuanto a los Medios materiales y documentales, destaca el aspecto de disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con un 9,49 y la adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,45.

En último lugar, tenemos “**la Valoración de las Instalaciones de los SAV**” con una media de 9,29, siendo su aspecto mejor valorado la satisfacción con el horario de atención al público con un 9,61, seguida por la localización de las instalaciones con un 9,50. La iluminación (sólo Centros de Turismo) ha obtenido una valoración de un 9,33, seguida por el orden y la limpieza con una valoración media de 9,30 y la distribución del espacio (sólo en Centros de Turismo) se ha valorado con un 9,19.

Para concluir, los Servicios de Atención al Visitante, tienen una **valoración media global de 9,188**, con un **porcentaje de 90,73% de encuestados que han valorado dichos servicios por encima de 8** y el **98,20% 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	2022
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99	9,078	9,082	9,126	9,14	9,188

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 al Visitante (SAV)
5. Valoración del servicio en Google maps

1. INTRODUCCIÓN

Los Servicios de Atención al Visitante 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 al Visitante (SAV) se realizaron encuestas en marzo, junio y septiembre de 2022.

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 de Cuesta de Moyano
- PIT del Aeropuerto T-4 salas 10 y 11

- PIT del Aeropuerto T-2

Objeto de estudio

El objeto del estudio es medir y analizar la valoración de los usuarios de los SAV con respecto a los Servicios de Atención al Visitante (SAV) 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 SAV 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 SAV 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 **600 encuestas a usuarios/as de los SAV**, seleccionados de manera aleatoria.

Finalmente se han realizado un total de 1.294 encuestas.

Universo

El universo muestral son todos los usuarios de los SAV es decir aquellos turistas, visitantes y ciudadanos de la ciudad de Madrid que han acudido a las instalaciones de los SAV durante el año 2022.

La fuente de información son los informes estadísticos de los SAV, elaborados por el Departamento de Atención al Visitante de la Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A.

PERSONAS ATENDIDAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN AÑO 2021	
Centro de Turismo Plaza Mayor	270.073
PIT Plaza de Callao	105.808
PIT Paseo del Prado	98.268
PIT Reina Sofía	92.898
PIT Estadio Santiago Bernabéu	34.834
PIT Palacio Real	130.867
PIT Centro-Centro	34.102
PIT Cuesta de Moyano	27.403
Aeropuerto Terminal 4	38.225
Aeropuerto Terminal 2	31.775
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS EN ESTOS PUNTOS	864.253

Fuente: Servicios de Atención al Visitante. 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 2021 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizaron un total de **1.294 cuestionarios**, lo que nos aporta unos resultados con un nivel de confianza del 99% y un margen de error de $\pm 2,15\%$.

Procedimiento del muestreo

La encuesta se realiza de **forma aleatoria a los visitantes, turistas y ciudadanos de Madrid que utilizan las instalaciones de los SAV**, partiendo de un procedimiento de **muestreo estratificado por asignación proporcional** en función de las personas atendidas durante el año 2021 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 2021, 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 ESTUDIO DE SATISFACCIÓN ANUAL 2022							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2021	Nº Encuestas por punto 2022	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	270.073	187,50	31,25	45	63	78
2	PIT Palacio Real	130.867	90,84	15,14	21	30	39
3	Aeropuerto. Terminal 2	31.775	22,05	3,68	6	6	6
4	Aeropuerto. Terminal 4	38.225	26,55	4,42	6	9	12
5	PIT Callao	105.808	73,47	12,24	18	24	30
6	PIT Reina Sofia	92.898	64,50	10,75	15	21	27
7	PIT de Centro Centro	34.102	23,67	3,95	6	9	9
8	Cuesta Moyano	27.403	19,02	3,17	6	6	9
9	PIT Paseo del Prado	98.268	68,22	11,37	20	25	30
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	34.834	24,18	4,03	6	9	9
TOTALES		864.253	600	100,00	149	202	249

Resumen encuestas realizadas

Las encuestas finalmente realizadas son 1.352, algunas de las cuales no se han reflejado correctamente los datos, siendo el número de las encuestas validas 1.294, se realiza el informe con este número de encuestas.

Las encuestas se realizaron en marzo, junio y septiembre de 2022. El número de encuestas que se realizaron en cada punto fueron las siguientes:



ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN MARZO 2022								REALIZADAS		
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2021	Nº Encuestas por punto 2022	% Encuestas	Madriileños	Provincias	Extranjeros	Madriileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	270.073	62,50	31,25	15	21	26	28	32	29
2	PIT Palacio Real	130.867	30,28	15,14	7	10	13	13	14	14
3	Aeropuerto. Terminal 2	31.775	7,35	3,68	2	2	3	6	6	6
4	Aeropuerto. Terminal 4	38.225	8,85	4,42	2	3	4	12	14	14
5	PIT Callao	105.808	24,49	12,24	6	8	10	18	16	22
6	PIT Reina Sofía	92.898	21,50	10,75	5	7	9	10	12	12
7	PIT de Centro Centro	34.102	7,89	3,95	2	3	3	7	6	8
8	Cuesta Moyano	27.403	6,34	3,17	2	2	3	10	11	12
9	PIT Paseo del Prado	98.268	22,74	11,37	6	8	10	11	15	13
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	34.834	8,06	4,03	2	3	3	10	10	10
TOTALES		864.253	200	100,00	49	67	84	125	136	140



ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN JUNIO 2022							REALIZADAS		
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº Encuestas por punto 2022	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	62,50	31,25	15	21	26	35	32	47
2	PIT Palacio Real	30,28	15,14	7	10	13	8	13	32
3	Aeropuerto. Terminal 2	7,35	3,68	2	2	3	10	10	10
4	Aeropuerto. Terminal 4	8,85	4,42	2	3	4	10	10	11
5	PIT Callao	24,49	12,24	6	8	10	8	11	17
6	PIT Reina Sofía	21,50	10,75	5	7	9	9	29	40
7	PIT de Centro Centro	7,89	3,95	2	3	3	12	12	12
8	Cuesta Moyano	6,34	3,17	2	2	3	7	15	21
9	PIT Paseo del Prado	22,74	11,37	6	8	10	7	13	31
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	8,06	4,03	2	3	3	6	8	8
TOTALES		200	100,00	49	67	84	112	153	229

494



ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN SEPTIEMBRE 2022								REALIZADAS		
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2021	Nº Encuestas por punto 2022	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	270.073	62,50	31,25	15	21	26	26	26	36
2	PIT Palacio Real	130.867	30,28	15,14	7	10	13	16	16	16
3	Aeropuerto. Terminal 2	31.775	7,35	3,68	2	2	3	12	9	12
4	Aeropuerto. Terminal 4	38.225	8,85	4,42	2	3	4	10	11	10
5	PIT Callao	105.808	24,49	12,24	6	8	10	20	20	20
6	PIT Reina Sofía	92.898	21,50	10,75	5	7	9	22	19	24
7	PIT de Centro Centro	34.102	7,89	3,95	2	3	3	6	6	6
8	Cuesta Moyano	27.403	6,34	3,17	2	2	3	8	8	8
9	PIT Paseo del Prado	98.268	22,74	11,37	6	8	10	20	20	20
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	34.834	8,06	4,03	2	3	3	10	10	10
TOTALES		864.253	200	100,00	49	67	84	150	145	162

457

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 SAV.

En el segundo bloque se valoran los Servicios de Atención al Visitante, 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 **41,2 % eran extranjeros** y el **58,8% españoles**, de los cuales un **57% eran mujeres** y un **43 % hombres**.

Es de destacar que el **25,8%** de los que visitaron los puntos de información turística eran residentes en Madrid.



Fuente: Servicios de Atención al Visitante. 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 58,81% son españoles y los que proceden de fuera de España, destacan los procedentes de Argentina con un 6,57% del total de los encuestados, seguidos de Estados Unidos con un 4,79%, seguido por Italia con un 4,71%, Francia con un 3,94%, México con un 2,32% y con un 2,09% Portugal. 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:

Nacionalidad	Nº Encuestas	% Total
España	761	58,81%
Argentina	85	6,57%
Estados Unidos	62	4,79%
Italia	61	4,71%
Francia	51	3,94%
México	30	2,32%
Portugal	27	2,09%
Colombia	26	2,01%
Alemania	23	1,78%
Chile	19	1,47%

Fuente: Servicios de Atención al Visitante. 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 25,8%**, seguidos por los **catalanes con un 12,96%**, seguidos por el total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Andalucía con el 7,56%, seguida por la Comunidad Valenciana con el 3,64%, y Castilla y León con el 3,24%.

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

	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	56	7,56%
Comunidad Valenciana	27	3,64%
Castilla y León	24	3,24%
Catalunya	96	12,96%
Canarias	35	4,72%
Castilla La Mancha	22	2,97%
Cantabria	10	1,35%
Asturias	11	1,48%
Aragón	22	2,97%
Ceuta	1	0,13%

Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

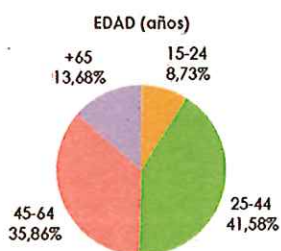
En cuanto a la provincia de **procedencia de los españoles**, destacan los **madrileños con el 45,07%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 11,20%, seguida de las Islas Baleares con el 2,97%, Málaga 2,70% y Santa Cruz de Tenerife con el 2,43%.

PROCEDENCIA			PROCEDENCIA			PROCEDENCIA		
	Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total		Nº Encu..	% Total
Madrid	334	45,07%	Álava	6	0,81%	Orense	24	0,42%
Barcelona	83	11,20%	Ávila	6	0,81%	Salamanca	56	0,99%
Islas Balea..	22	2,97%	La Rioja	6	0,81%	Zamora	14	0,25%
Málaga	20	2,70%	Segovia	6	0,81%	Albacete	26	0,46%
Santa Cru..	18	2,43%	Ciudad Re..	5	0,67%	Ceuta	8	0,14%
Valencia	18	2,43%	Gerona	5	0,67%	León	39	0,69%
Las Palmas	17	2,29%	Granada	5	0,67%	Huelva	23	0,41%
Zaragoza	17	2,29%	Huesca	5	0,67%	Lérida	25	0,44%
La Coruña	13	1,75%	Badajoz	4	0,54%	Melilla	6	0,11%
Sevilla	13	1,75%	Cáceres	4	0,54%	Palencia	18	0,32%
Guipúzcoa	12	1,62%	Valladolid	4	0,54%	Soria	16	0,28%
Vizcaya	12	1,62%	Burgos	3	0,40%	Teruel	10	0,18%
Asturias	11	1,48%	Córdoba	3	0,40%			
Cádiz	11	1,48%	Cuenca	3	0,40%			
Toledo	11	1,48%	Lugo	3	0,40%			
Cantabria	10	1,35%	Pontevedra	3	0,40%			
Murcia	8	1,08%	Almería	2	0,27%			
Navarra	8	1,08%	Castellón	2	0,27%			
Tarragona	8	1,08%	Guadalaj..	2	0,27%			
Alicante	7	0,94%	Jaén	2	0,27%			

Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.3. Edad

De los encuestados, el **41,58%**, tienen edades comprendidas entre los 25 y los 44 años, seguidos, con un 35,86% 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 8,73%. Finalmente los mayores de 65 años suponen el 13,68%.



Edad	Nº Encuestas	% del Total
0-14	2	0,15%
15-24	113	8,73%
25-44	538	41,58%
45-64	464	35,86%
+65	177	13,68%

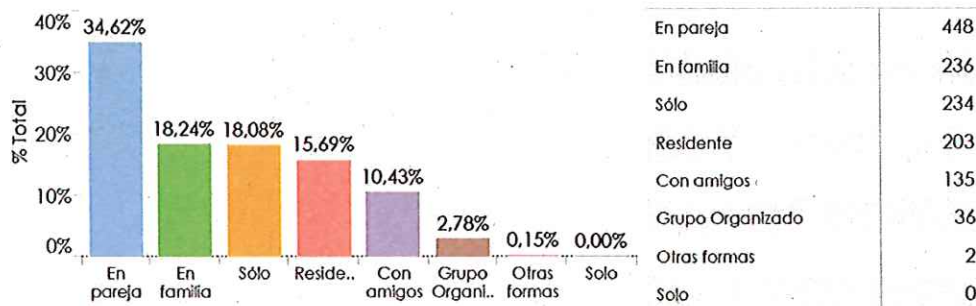
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.4. Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, el **34,62%** viaja en pareja, el 18,24% viaja en familia y el 18,08% viaja solo, el 15,69% son residentes y con amigos el 10,43%, 2,78% viaja en grupos organizados y aquellos que eligen otras formas con quien viajar supone el 0,15%.



Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 81,91%.



Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

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

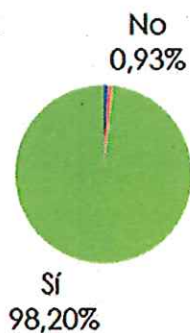
4.1. Utilización de los Servicios

El 100% de las personas encuestadas utilizaron los SAV.

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 98,20% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.

¿VOLVERÍA A UTILIZAR ESTE SERVICIO?

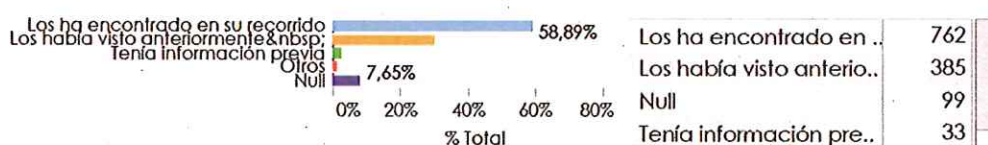


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.2. Localización de los SAV

La mayoría de las personas encuestadas han encontrado los SAV en el recorrido de su visita a la ciudad, un 58,89%, mientras que el 29,75% ya los habían visitado con anterioridad y el 2,55% disponía de información previa sobre su localización.

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



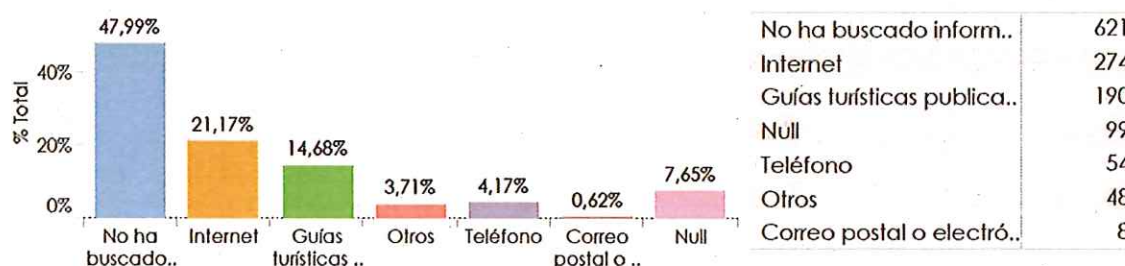
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.3. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El 47,99% no han buscado información mientras que el 21,17% ha buscado información a través de internet, el 14,68% han buscado información sobre la ciudad mediante las guías turísticas, el 3,71% ha buscado información por otros medios y el 4,17% han buscado información por teléfono.

Residualmente encontramos quien ha buscado la información a través de correo electrónico y postal con un 0,62%.

En el gráfico adjunto se pueden observar estos datos:



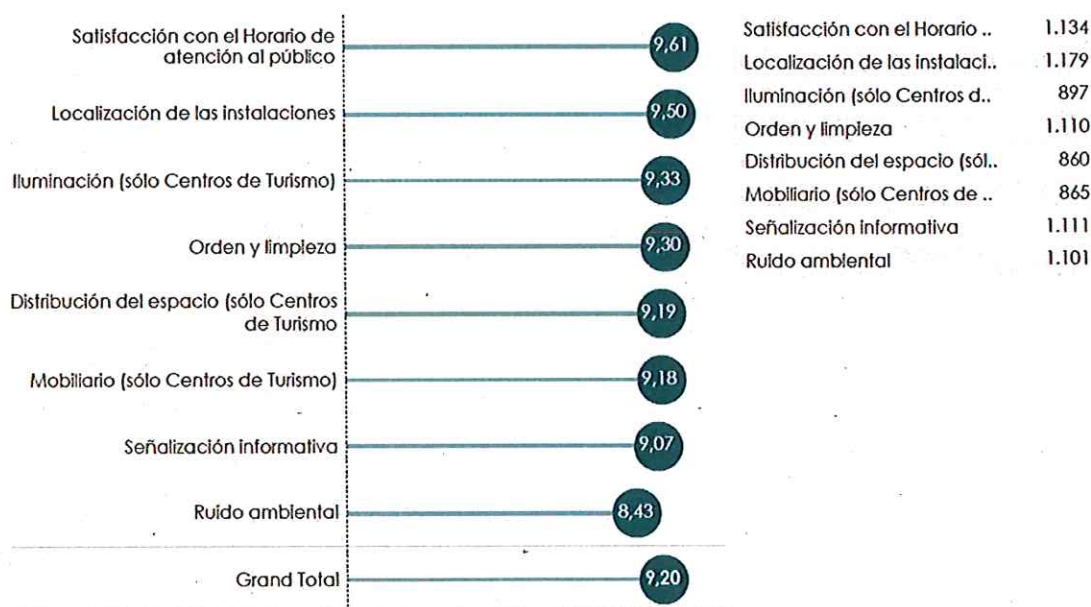
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.4. Valoración de las Instalaciones de los SAV

Las instalaciones de los SAV tienen una valoración media de un 9,20.

De los aspectos **mejor valorados** en este apartado en primer lugar se encuentra la **satisfacción con el horario de atención al público** con un 9,61, seguida por la localización de las instalaciones con un 9,50, seguida por la iluminación (sólo Centros de Turismo) con un 9,33, seguida por el orden y la limpieza con una valoración media de 9,30, la valoración de la distribución del espacio (sólo en Centros de Turismo) con un 9,19.

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



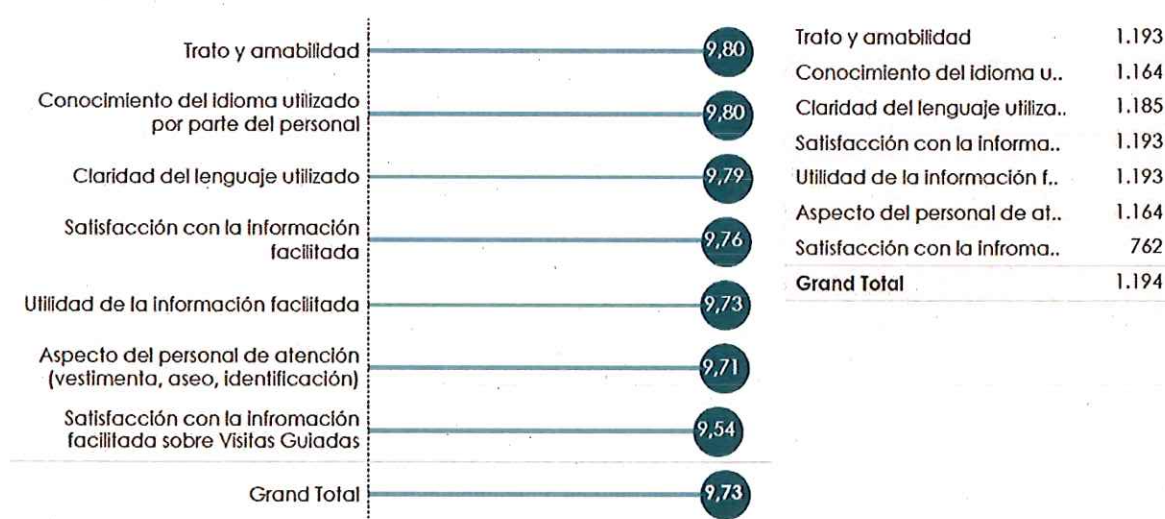
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.5. Personal de Atención de los SAV

El trato y amabilidad y el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal son los puntos mejor valorados con un 9,80.

Otros aspectos bien valorados han sido la claridad del lenguaje utilizado con un 9,79, seguido por la satisfacción con la información facilitada con un 9,76 y la utilidad de la información facilitada con un 9,73.

La valoración media en este apartado ha sido de 9,73.

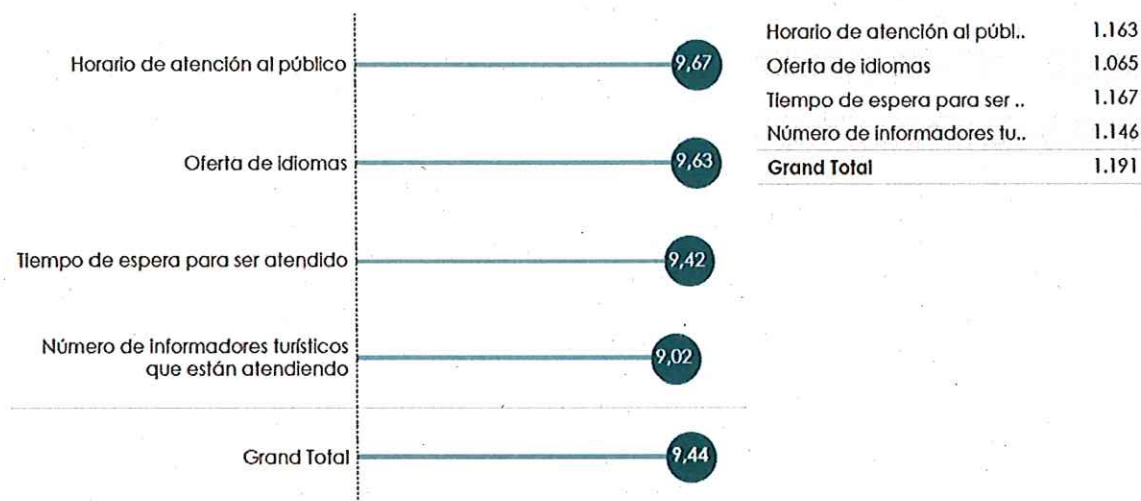


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.6. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un **9,44 de media**.

Los dos aspectos mejor valorados que superan la media son el horario de atención al público con un 9,67 y la oferta de idiomas con un 9,63. A estos aspectos le sigue el tiempo de espera para ser atendido con un 9,42.

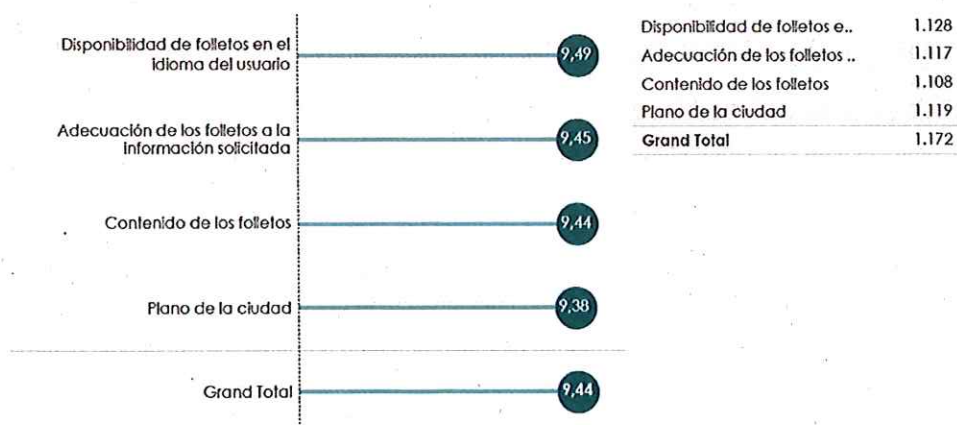


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.7. Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un 9,44.

Los aspectos mejor valorados son la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con un 9,49 y la adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,45.

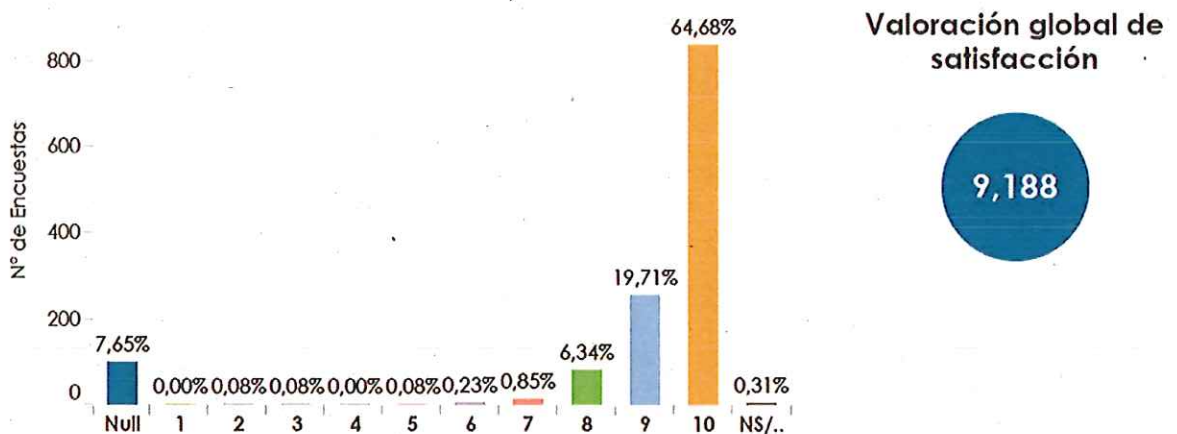


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales

4.8. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **9,188**.

Es de destacar que el **90,73%** de las valoraciones realizadas supera el 8, detallado en el siguiente cuadro:



5. VALORACIÓN DEL SERVICIO EN GOOGLE MAPS

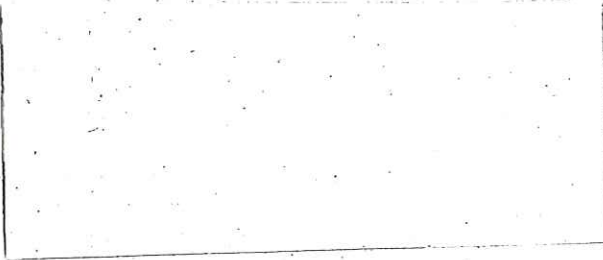
Los usuarios que acuden al Centro de Turismo de Plaza Mayor de Madrid y Puntos de Información Turística, pueden introducir sus comentarios y reseñas en el **Servicio de Google Maps** para realizar la valoración acerca de la atención recibida por los Servicios de Atención al Visitante.

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.



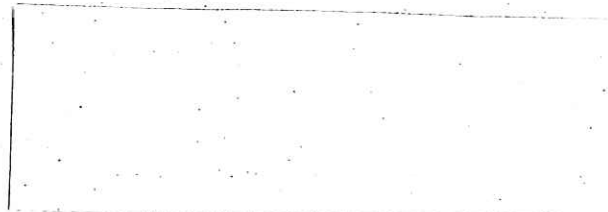
En general las puntuaciones del Servicio de Atención al Visitante en Google maps son buenas, y aquellas que no superan la puntuación de 4 estrellas en la respuesta, les pedimos que nos cuenten su experiencia para tomar las medidas oportunas y así mejorar el servicio.

Madrid, 13 de septiembre de 2022.



Marisa Fernández Gago.
Responsable de Calidad y Accesibilidad

Vº Bº



Iván González Trigo.
Subdirector de Atención al Visitante

