

INFORME DEL ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL VISITANTE DE MADRID AÑO 2023

RESUMEN EJECUTIVO

La “**Valoración del Personal de Atención de los SAV**” es el aspecto mejor valorado, con un **9,48** en este apartado. Destacando entre los aspectos más positivos la satisfacción con la información facilitada sobre visitas guiadas accesibles con un 9,75, seguido por el aspecto del personal de atención con una valoración del 9,54, la satisfacción y la utilidad con la información facilitada tienen una valoración de 9,46, seguido del trato y la amabilidad, el conocimiento del idioma utilizado por parte del personal y la claridad del lenguaje utilizado con un 9,39.

El apartado de “**Organización del Servicio**” ha obtenido una valoración media de un **9,40**, siendo su aspecto mejor valorado la oferta de idiomas con un 9,61, seguido del horario de atención al público y el tiempo de espera para ser atendido con un 9,43 y 9,36 respectivamente, el número de informadores turísticos que están atendiendo tiene una valoración de un 9,21.

En “**Medios materiales y documentales**” se ha obtenido una valoración medida de un 9,25. Destacando en el plano de la ciudad con un 9,46 superando la media obtenida en este apartado. Seguido por la adecuación de los folletos a la información solicitada y la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario con un 9,33.

Para concluir, los Servicios de Atención al Visitante, tienen una **valoración media global de 9,189**, con un **porcentaje de 95,65%** de encuestados han valorado dichos servicios por encima de 8 y el **87,87%** 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	2023
Valoración Global	8,73	8,94	8,98	8,74	8,903	8,99	9,078	9,082	9,126	9,14	9,188	9,189

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
6. Valoración del servicio prestado por los Servicios de Atención al Visitante (SAV) respecto a la accesibilidad

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 2023.

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 1.364 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 2022	
Centro de Turismo Plaza Mayor	371.578
PIT Plaza de Callao	187.298
PIT Paseo del Prado	194.838
PIT Reina Sofía	166.415
PIT Estadio Santiago Bernabéu	86.666
PIT Palacio Real	272.390
PIT Centro-Centro	54.022
PIT Cuesta de Moyano	80.941
Aeropuerto Terminal 4	71.152
Aeropuerto Terminal 2	122.726
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS EN ESTOS PUNTOS	1.608.026

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

Se realizaron un total de **1.364 cuestionarios**, lo que nos aporta unos resultados con un nivel de confianza del 90% y un margen de error de $\pm 2,23\%$.

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 2022 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 2022, el 41,2% eran extranjeros, el 25,8% madrileños y el 33% 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 2023							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2022	Nº Encuestas por punto 2023	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	371.578	138,65	23,11	36	46	57
2	PIT Palacio Real	272.390	101,64	16,94	26	34	42
3	Aeropuerto. Terminal 2	122.726	45,79	7,63	12	15	19
	Aeropuerto. Terminal 4	71.152	26,55	4,42	7	9	11
5	PIT Callao	187.298	69,89	11,65	18	23	29
6	PIT Reina Sofía	166.415	62,09	10,35	16	20	26
7	PIT de Centro Centro	54.022	20,16	3,36	5	7	8
8	Cuesta Moyano	80.941	30,20	5,03	8	10	12
9	PIT Paseo del Prado	194.838	72,70	12,12	19	24	30
10	PIT de Estadio Santiago Bernabéu	86.666	32,34	5,39	8	11	13
	TOTALES	1.608.026	600	100,00	155	198	247

600

Resumen encuestas realizadas

Las encuestas finalmente realizadas son 1.400, algunas de las cuales no se han reflejado correctamente los datos, siendo el número de las encuestas validas 1.364, se realiza el informe con este número de encuestas.

Las encuestas se realizarón en marzo, junio y septiembre de 2023. El número de encuestas que se realizaron en cada punto fueron las siguientes:



ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN MARZO 2023 PROPUESTAS							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2022	Nº Encuestas por punto 2023	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	371.578	46,21	7,70	12	15	19
2	PIT Palacio Real	272.390	33,84	5,64	9	11	14
3	Aeropuerto. Terminal 2	122.726	15,24	2,54	4	5	6
4	Aeropuerto. Terminal 4	71.152	8,82	1,47	2	3	4
5	PIT Callao	187.298	23,28	3,88	6	8	10
6	PIT Reina Sofia	166.415	20,70	3,45	5	7	9
7	PIT de Centro Centro	54.022	6,72	1,12	2	2	3
8	Cuesta Moyano	80.941	10,08	1,68	3	3	4
9	PIT Paseo del Prado	194.838	24,24	4,04	6	8	10
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	86.666	10,80	1,80	3	4	4
TOTALES		1.608.026	200	33,32	52	66	82

REALIZADAS		
Madrileños	Provincias	Extranjeros
29	31	48
13	17	25
7	12	20
2	7	19
12	20	27
14	16	21
6	4	5
4	9	19
10	24	20
3	4	11
100	144	215

200 459



ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN JUNIO 2023 PROPUESTAS							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2022	Nº Encuestas por punto 2023	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	371.578	46,21	7,70	12	15	19
2	PIT Palacio Real	272.390	33,84	5,64	9	11	14
3	Aeropuerto. Terminal 2	122.726	15,24	2,54	4	5	6
4	Aeropuerto. Terminal 4	71.152	8,82	1,47	2	3	4
5	PIT Callao	187.298	23,28	3,88	6	8	10
6	PIT Reina Sofa	166.415	20,70	3,45	5	7	9
7	PIT de Centro Centro	54.022	6,72	1,12	2	2	3
8	Cuesta Moyano	80.941	10,08	1,68	3	3	4
9	PIT Paseo del Prado	194.838	24,24	4,04	6	8	10
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	86.666	10,80	1,80	3	4	4
TOTALES		1.608.026	200	33,32	52	66	82

REALIZADAS		
Madrileños	Provincias	Extranjeros
24	33	27
13	20	18
4	6	10
4	6	13
8	9	13
9	18	21
7	7	7
8	7	7
12	12	18
4	8	15
93	126	149

200

368

ENCUESTAS ESTUDIO DE SATISFACCIÓN SEPTIEMBRE 2023 PROPUESTAS							
Nº	PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS 2022	Nº Encuestas por punto 2023	% Encuestas	Madrileños	Provincias	Extranjeros
1	Centro de Turismo Plaza Mayor	371.578	46,21	7,70	12	15	19
2	PIT Palacio Real	272.390	33,84	5,64	9	11	14
3	Aeropuerto. Terminal 2	122.726	15,24	2,54	4	5	6
4	Aeropuerto. Terminal 4	71.152	8,82	1,47	2	3	4
5	PIT Callao	187.298	23,28	3,88	6	8	10
6	PIT Reina Sofía	166.415	20,70	3,45	5	7	9
7	PIT de Centro Centro	54.022	6,72	1,12	2	2	3
8	Cuesta Moyano	80.941	10,08	1,68	3	3	4
9	PIT Paseo del Prado	194.838	24,24	4,04	6	8	10
10	PIT de Estadio Santiago Bernabeú	86.666	10,80	1,80	3	4	4
TOTALES		1.608.026	200	33,32	52	66	82

200

REALIZADAS		
Madrileños	Provincias	Extranjeros
32	27	35
27	31	37
8	9	10
8	9	9
18	23	28
22	22	24
16	16	16
11	14	12
20	25	26
13	12	13
175	188	210

573

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 **60,9% eran mujeres** y un **39,1 % hombres**.

Es de destacar que el **25,9%** 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 58,80% son españoles y los que proceden de fuera de España, destacan los procedentes de Argentina con un 5,06% del total de los encuestados, seguidos de Estados Unidos y Francia con un 4,25%, seguido por Italia con un 3,81%, México con un 3,01%, Brasil con un 2,13% y con un 1,83% Alemania. 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	802	58,80%
Argentina	69	5,06%
Estados Unidos	58	4,25%
Francia	58	4,25%
Italia	52	3,81%
México	41	3,01%
Brasil	29	2,13%
Alemania	25	1,83%
Colombia	24	1,76%
Reino Unido	22	1,61%

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 25,9%**, seguidos por los **catalanes con el 12,52%**, **andaluces con un 8,39%**, seguidos por los procedentes de la Comunidad Valenciana con el 6,63% y por la Castilla y León con el 5,38%.

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

	Nº Encuestas	% Total
Andalucía	67	8,39%
Comunidad Valenciana	53	6,63%
Castilla y León	43	5,38%
Catalunya	100	12,52%
Canarias	38	4,76%
Castilla La Mancha	19	2,38%
Cantabria	6	0,75%
Asturias	6	0,75%
Aragón	19	2,38%
Ceuta	1	0,13%

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

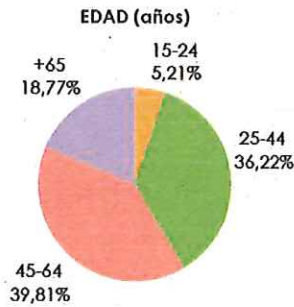
En cuanto a la provincia de **procedencia de los españoles**, destacan los **madrileños con el 44,18%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Barcelona con el 10,51%, seguida de Valencia con el 4,63%, Santa Cruz de Tenerife con el 2,75% y Sevilla con un 2,50%

PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		PROCEDENCIA		
Nº Encu..	% Total	Nº Encu..	% Total	Nº Encu..	% Total	
Madrid	353	44,18%	Granada	8	1,00%	
Barcelona	84	10,51%	Valladolid	8	1,00%	
Valencia	37	4,63%	Córdoba	7	0,88%	
Santa Cru..	22	2,75%	Asturias	6	0,75%	
Sevilla	20	2,50%	Cantabria	6	0,75%	
Las Palmas	16	2,00%	Huesca	6	0,75%	
Islas Balea..	15	1,88%	Navarra	6	0,75%	
Alicante	14	1,75%	Álava	4	0,50%	
Málaga	13	1,63%	Ávila	4	0,50%	
Vizcaya	13	1,63%	Cáceres	4	0,50%	
Cádiz	11	1,38%	Guadalaj..	4	0,50%	
Guipúzcoa	11	1,38%	Huelva	4	0,50%	
Pontevedra	11	1,38%	León	4	0,50%	
Zaragoza	11	1,38%	Orense	4	0,50%	
Burgos	10	1,25%	Tarragona	4	0,50%	
Gerona	10	1,25%	Badajoz	3	0,38%	
La Coruña	10	1,25%	Cuenca	3	0,38%	
Murcia	10	1,25%	Jaén	3	0,38%	
Salamanca	9	1,13%	Segovia	3	0,38%	
Toledo	9	1,13%	Soria	3	0,38%	
				Albacete	28	0,43%
				Castellón	33	0,51%
				Lérida	27	0,42%
				Palencia	20	0,31%
				Teruel	12	0,19%
				Almería	42	0,65%
				Ceuta	9	0,14%
				Ciudad Re..	30	0,47%
				La Rioja	34	0,53%
				Lugo	32	0,50%
				Melilla	7	0,11%
				Zamora	14	0,22%

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

3.3. Edad

De los encuestados, el **39,81%**, tienen edades comprendidas entre los **45 y los 64 años**, seguidos, con un 36,22% de los de edades entre 25 y 44 años, aquellos que se encuentran entre la franja de los 15 y los 24 años representan el 5,21%. Finalmente los mayores de 65 años suponen el 18,77%.



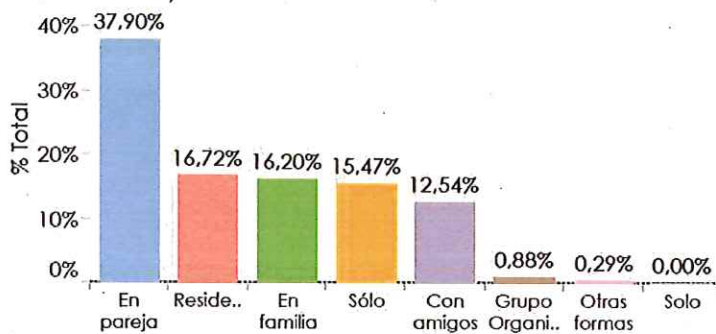
Edad	Nº Encuestas	% del Total
0-14	0	0,00%
15-24	71	5,21%
25-44	494	36,22%
45-64	543	39,81%
+65	256	18,77%

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 **37,90% viaja en pareja**, el 16,20% viaja en familia y el 15,47% viaja solo, el 16,72% son residentes y con amigos el 12,54%, el 0,88% viaja en grupos organizados y aquellos que eligen otras formas con quien viajar supone el 0,29%.

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

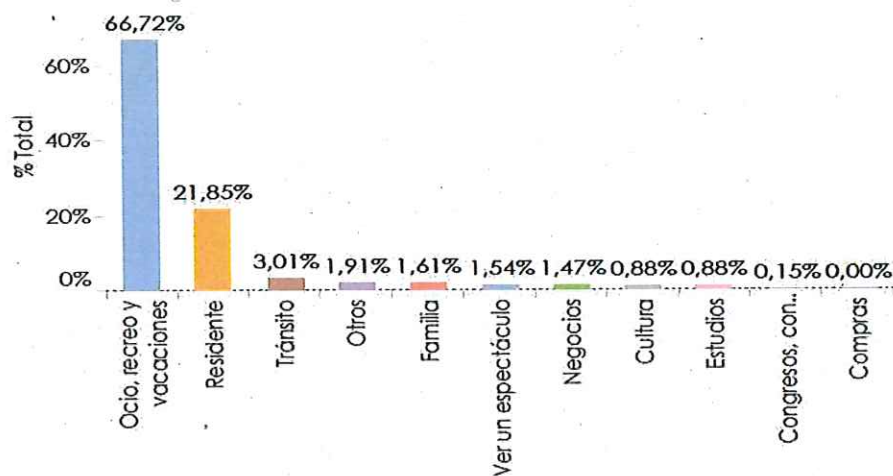


En pareja	517
Residente	228
En familia	221
Sólo	211
Con amigos	171
Grupo Organizado	12
Otras formas	4
Solo	0

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

3.5. Motivo principal de la visita

Más de la mitad de las personas entrevistadas alegan como principal razón de su visita a la ciudad de Madrid **el ocio, el recreo y las vacaciones, con un 66,72 %**, seguido por los residentes con un 21,85%, después las personas en tránsito con un 3,01%, les siguen los que vienen por otros motivos con 1,91 %, los que vienen por motivos de familia y/o amigos con un 1,61%, seguidos por los que vienen a la ciudad para ver un espectáculo con un 1,54%, los que vienen por negocios con un 1,47%, seguidos por los que vienen por motivos de cultura y estudios con un 0,88% y por motivos de congresos 0,15%.



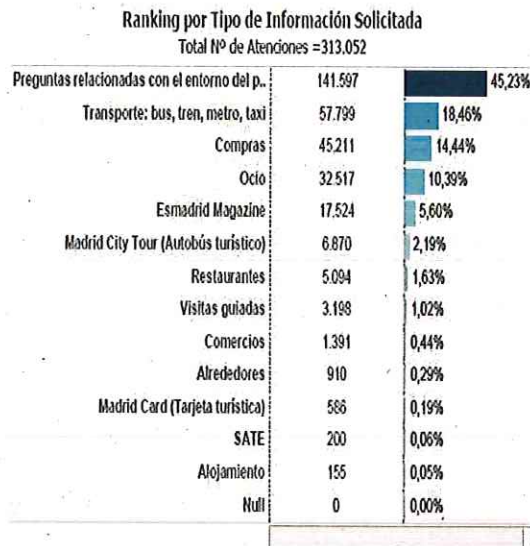
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

3.6. Tipo de información o servicio solicitados

Respecto al tipo de información o servicio solicitados de todas las personas atendidas en el año 2023, las preguntas más frecuentes son las **relacionadas con el entorno** con un 45,23%, seguidas por las **relacionadas con el transporte**, bus, tren, metro, taxi, con un 18,46%, les siguen las preguntas relacionadas con las compras con un 14,44% y Ocio con un 10,39%.

Respecto a las preguntas realizadas de los visitantes a la ciudad de Madrid con respecto al motivo de su visita, destacan los visitantes que vienen a Madrid por ocio, recreo y vacaciones con 92,21%, los que vienen por otros motivos con un 4,37% y los que están en tránsito con un 2,25%.

A continuación se detalla todo el ranking por tipo de información solicitada:



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

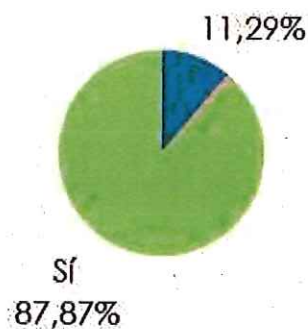
4.1. Utilización de los Servicios

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 87,87% 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 con un 68,59%, mientras que el 23,7562% ya los habían visitado con anterioridad y el 4,02% disponía de información previa sobre su localización. Mientras que el resto, el 3,75%, los localizó por otras vías.

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

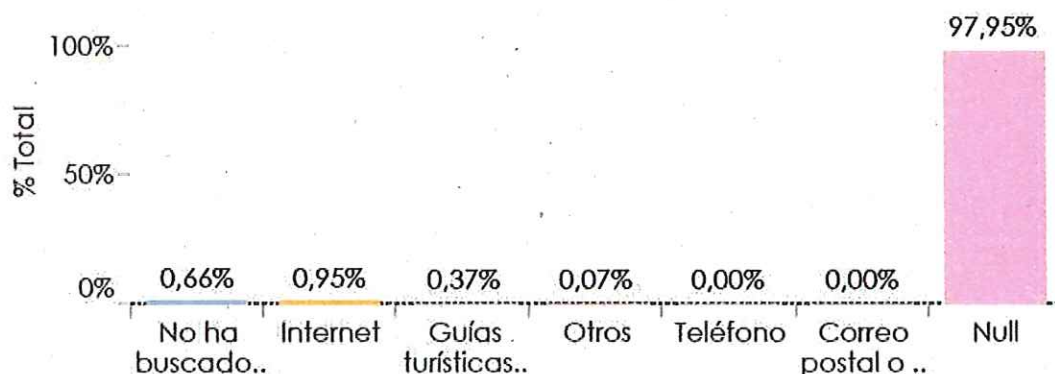


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.3. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El 0,95% han buscado información a través de internet, y el 0,66% no han buscado información, el 0,37% han buscado información sobre la ciudad mediante las guías turísticas, el 0,07% ha buscado información por otros medios.

En el gráfico adjunto se pueden observar estos datos:



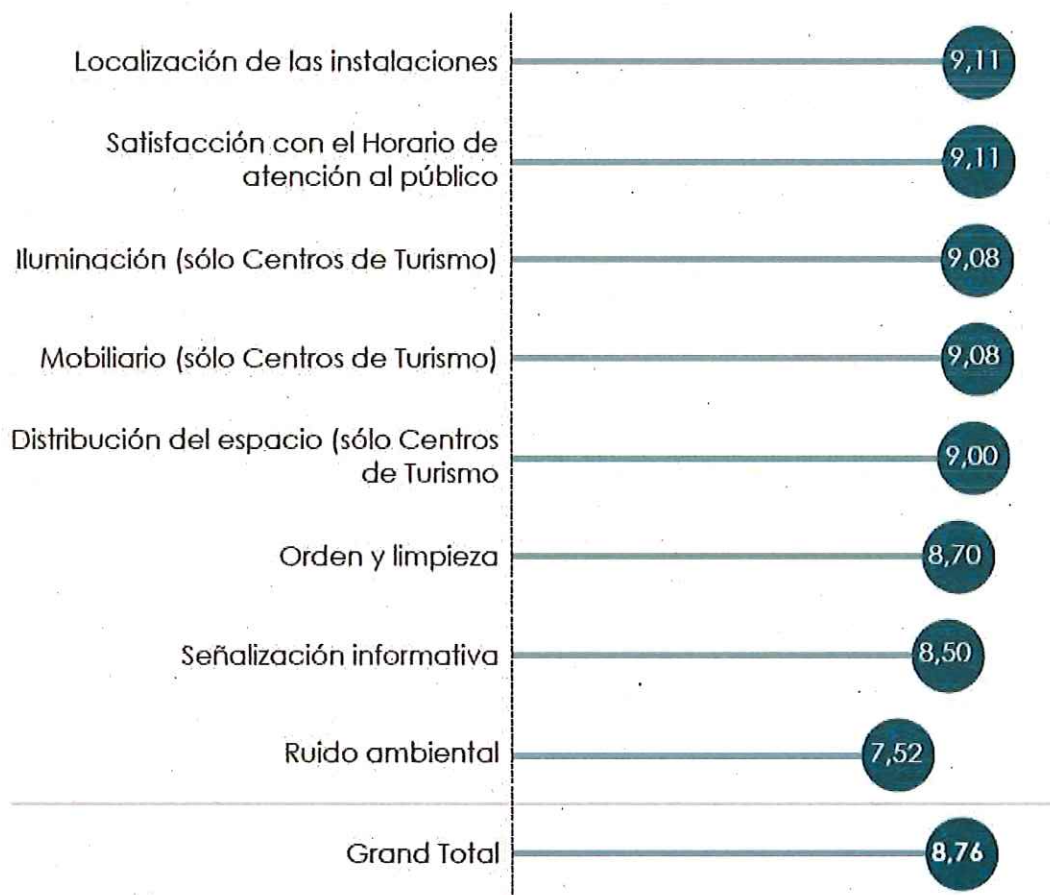
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.4. Valoración de las Instalaciones de los SAV

Las instalaciones de los SAV tienen una valoración media de un 8,76.

De los aspectos mejor valorados en este apartado en primer lugar se encuentra la **localización de las instalaciones y satisfacción con el horario de atención al público** con un 9,11, seguida por la iluminación y mobiliario (sólo en Centros de Turismo) con un 9,08, seguido por la distribución del espacio con una puntuación de 9, el orden y la limpieza con una valoración media de 8,70, la valoración de la distribución de la señalización informativa es de 8,50 y el ruido ambiental con una valoración de 7,52.

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



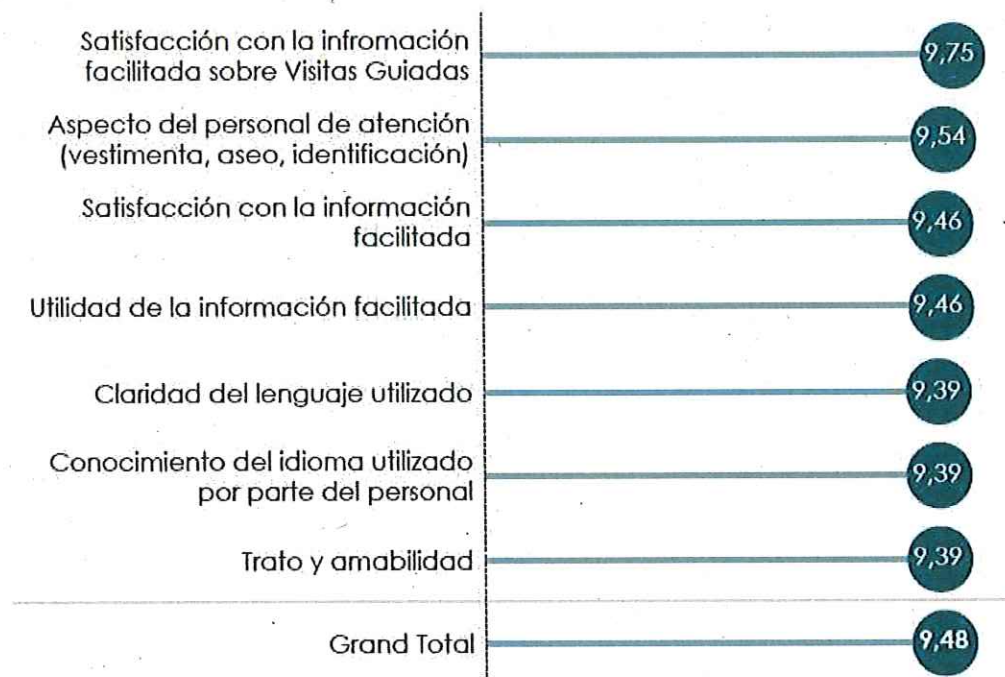
Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.5. Personal de Atención de los SAV

La Satisfacción con la información facilitada sobre Visitas Guiadas es el puntos mejor valorado con un 9,75.

Otros aspectos bien valorados han sido el aspecto del personal de atención (vestimenta, aseo, identificación con un 9,54; la satisfacción y la utilidad con la información facilitada con un 9,46 y la claridad del lenguaje con 9,39.

La valoración media en este apartado ha sido de 9,48.

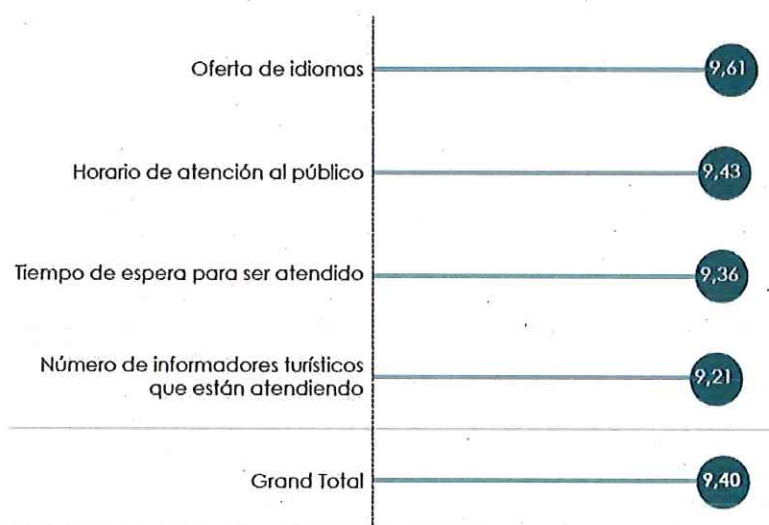


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.6. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un 9,40 de media.

El aspecto mejor valorado de este apartado es la oferta de idiomas con una valoración de 9,61; seguido del horario de atención al público con un 9,43. A estos aspectos le sigue el tiempo de espera para ser atendido con un 9,36.

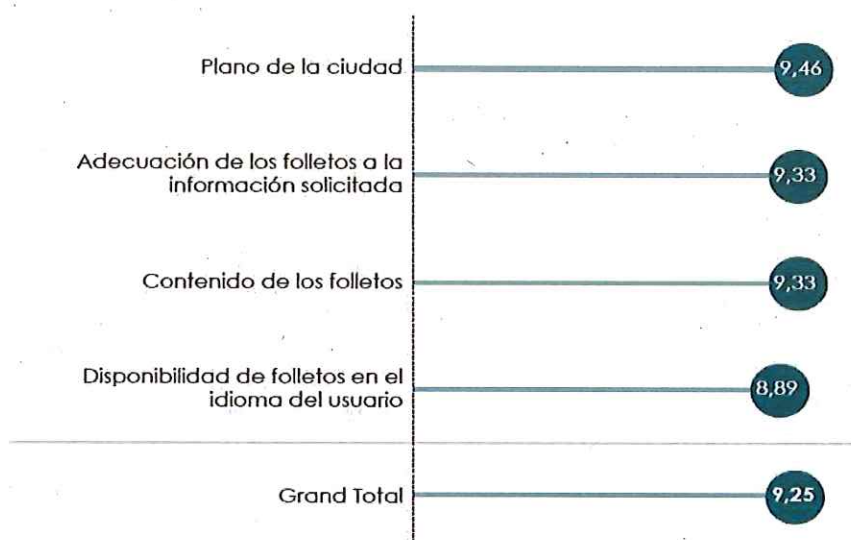


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

4.7. Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un 9,25.

Los aspectos mejor valorados son el plano de la ciudad con un 9,46 y la adecuación de los folletos a la información solicitada con un 9,46 y un 9,33 respectivamente; el contenido de los folletos con un 9,33 y 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.

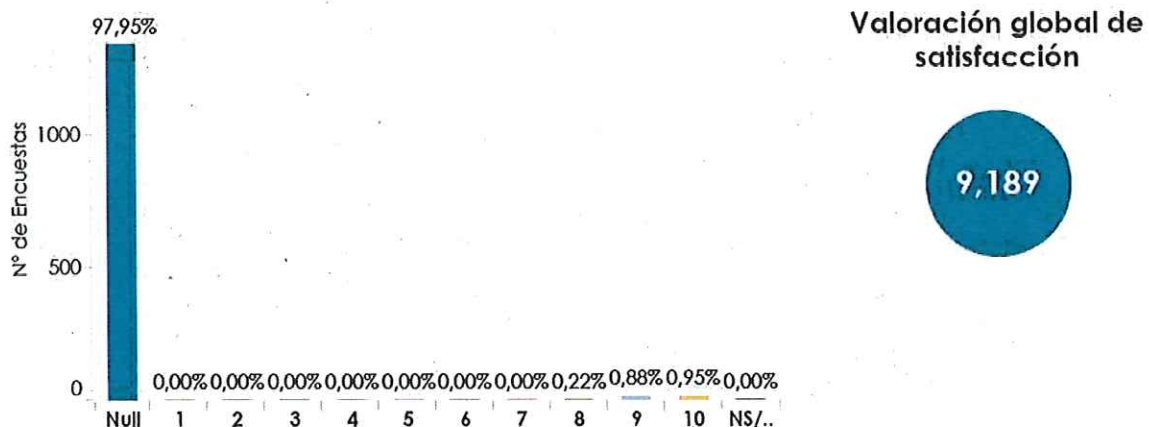


Fuente: Servicios de Atención al Visitante. Empresa Municipal Madrid Destino | Cultura | Turismo y Negocio. Valores Provisionales

4.8. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **9,189**.

Es de destacar que el **95,65%** 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.

6. VALORACIÓN DEL SERVICIO PRESTADO POR LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN AL VISITANTE (SAV) RESPECTO A LA ACCESIBILIDAD

6.1. Introducción

Desde julio de 2023 se realizan **encuestas de calidad** a las personas atendidas en el punto de atención de información especializada en personas con discapacidad, en relación a la **accesibilidad** del servicio de atención e información turística.

En dicha encuesta se solicita el grado de satisfacción o insatisfacción, sobre una escala de 0 a 10, significando:

0 = Muy insatisfecho/a

10 = Muy satisfecho/a

El modelo de cuestionario realizado se estructura en 5 preguntas con una valoración de 0 a 10, 3 preguntas con espacios para que el usuario pueda indicar “qué ha sido lo que más le ha gustado”, “qué ha sido lo que le ha gustado menos”, “cómo ha sido la atención recibida” y un espacio para “sugerencias”.

A continuación se indican las preguntas que se realizan:

1.- Por favor, indíquenos su grado de satisfacción con la información facilitada por el personal de información sobre accesibilidad.

2.- Indíquenos su grado de satisfacción con los recursos accesibles puestos a disposición del usuario en la Oficina de Información Turística de Plaza Mayor (ayudas técnicas, encaminamiento podo-táctil, mostradores adaptados, apoyos isquiáticos, expositores accesibles, bucle magnético, etc.).

3.- Indíquenos su grado de satisfacción con la atención recibida por el intérprete de lengua de signos.

4.- Indíquenos su grado de satisfacción con las publicaciones accesibles disponibles en la oficina de información turística (mapas accesibles, guías turísticas, folletos informativos, etc.).

5.- Indíquenos su grado de satisfacción global con la atención recibida en el punto de información especializada.



¿Qué ha sido lo que más le ha gustado?

¿Qué ha sido lo que menos le ha gustado?

La atención ha sido:

- a. Mejor de lo que esperaba
- b. Como esperaba
- c. Peor de lo que esperaba

Si tiene alguna sugerencia estaremos encantados de poder ponerlas en práctica.

SUGERENCIAS:

6.2. Resultados de la encuesta de accesibilidad

Desde julio al 22 de octubre de 2023 se han registrado un total de 24 encuestas, con una valoración media del grado de **satisfacción global del 8,93**.

De todas las valoraciones destaca el grado de satisfacción con la **información facilitada por el personal de información sobre accesibilidad con un 9,33**, seguido por la satisfacción con las publicaciones accesibles disponibles en la oficina de información turística (mapas accesibles, guías turísticas, folletos informativos, etc.), con una valoración de **9,26**; el grado de satisfacción con la atención recibida por el intérprete de lengua de signos ha obtenido una valoración de **8,98**.

A continuación se indican todas las valoraciones en el cuadro siguiente:

Grado de satisfacción con la información facilitada por el personal de información sobre accesibilidad	9,33
Grado de satisfacción con los recursos accesibles puestos a disposición del usuario en la Oficina de Información Turística de Plaza Mayor (ayudas técnicas, encaminamiento podotáctil, mostradores adaptados, apoyos isquiáticos, expositores accesibles, bucle magnético, etc.	8,83
Grado de satisfacción con la atención recibida por el intérprete de lengua de signos	8,98
Grado de satisfacción con las publicaciones accesibles disponibles en la oficina de información turística (mapas accesibles, guías turísticas, folletos informativos, etc.),	9,26
Grado de satisfacción global	8,93
Cantidad	24

Un **76%** de las personas que han participado en la encuesta han contestado **que la atención recibida ha sido mejor de lo que esperaba.**

Respecto a la pregunta **“que ha sido lo más le ha gustado”**, destaca disponer de **Intérprete de Lengua de Signos Española (ILSE)**, seguido de la atención a las personas con discapacidad auditiva, el trato amable de los informadores, el material en Braille y que tienen a su disposición visitas guiadas accesibles para personas con discapacidad auditiva.

De la pregunta **“que ha sido lo que menos le ha gustado”**, destaca que **hay mucha fila de espera para ser atendidos en el punto especializado** para personas con discapacidad; seguido de pocas visitas guiadas para sordos, pocas publicaciones accesibles, wifi malo, ninguna difusión en redes sociales.

En el apartado de **sugerencias** destaca que solicitan **más visitas guiadas para sordos**, también solicitan **más actividades accesibles a partir de las 17:00 horas**, que se puedan hacer las encuestas de las visitas guiadas accesibles en papel, mejor wifi, robot y tablets con acceso a LS o videos signados, más material adaptado a personas con discapacidad intelectual, también solicitan que haya un servicio público de alquiler de scooters para personas con discapacidad.

Todas las valoraciones superan el 8, esto es un dato muy positivo y evidencia la buena imagen que tienen los usuarios de la accesibilidad del servicio de información turística.

Madrid, 24 de octubre de 2023.

Calidad, Accesibilidad y Sostenibilidad

Subdirector de Atención al Visitante