

INFORME DE ESTUDIOS DE SATISFACCIÓN DE LOS SERVICIOS DE ATENCIÓN E INFORMACIÓN TURÍSTICA DE MADRID DICIEMBRE 2014

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)
5. Comparativa 2013-2014
6. Conclusiones

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 **22 al 31 de diciembre de 2014**.

Las encuestas se realizaron en las siguientes instalaciones:

- Centro de Turismo de Madrid – Plaza Mayor
- Centro de Turismo de Colón
- Punto de Información Turística (PIT) de Cibeles
- PIT de Paseo del Arte – Atocha
- PIT de Centro-Centro
- PIT del Aeropuerto T-4 salas 10 y 11
- PIT del Aeropuerto T-2
- Unidad Móvil de Información Turística

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 187003 de Oficinas de Turismo
- La Norma UNE 170001-2 de Accesibilidad Universal

Tamaño de la muestra

Se han realizado un total de **1200 encuestas a usuarios 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 2013.

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 Visitors & Convention Bureau, S.A., que desde el 1 de octubre de 2013 cambió su denominación a Empresa Municipal Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio, S.A.

PERSONAS ATENDIDAS EN LOS PUNTOS DE INFORMACIÓN AÑO 2013	
	2013
Centro de Turismo Plaza Mayor	851.697
Centro de Turismo Colón	81.770
PIT Cibeles	145.880
PIT Callao	116.883
PIT Paseo del Arte	141.579
PIT Centro-Centro	44.854
Aeropuerto Terminal 4 – salas 10 y 11 (1)	120.891
Aeropuerto Terminal 2	188.724
Unidad Móvil (2)	186.596
SATE (Servicio de Atención al Turista Extranjero)	8.536
TOTAL PERSONAS ATENDIDAS	1.887.410

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 2013 en los puntos de información turística detallados en la tabla del punto anterior.

Se realizarán un mínimo de **1200 cuestionarios**, lo que nos aportará 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 2013 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 2013, el 60,47% eran extranjeros y el 39,53% españoles, por lo que la proporción de encuestas a realizar para este muestreo es la siguiente:

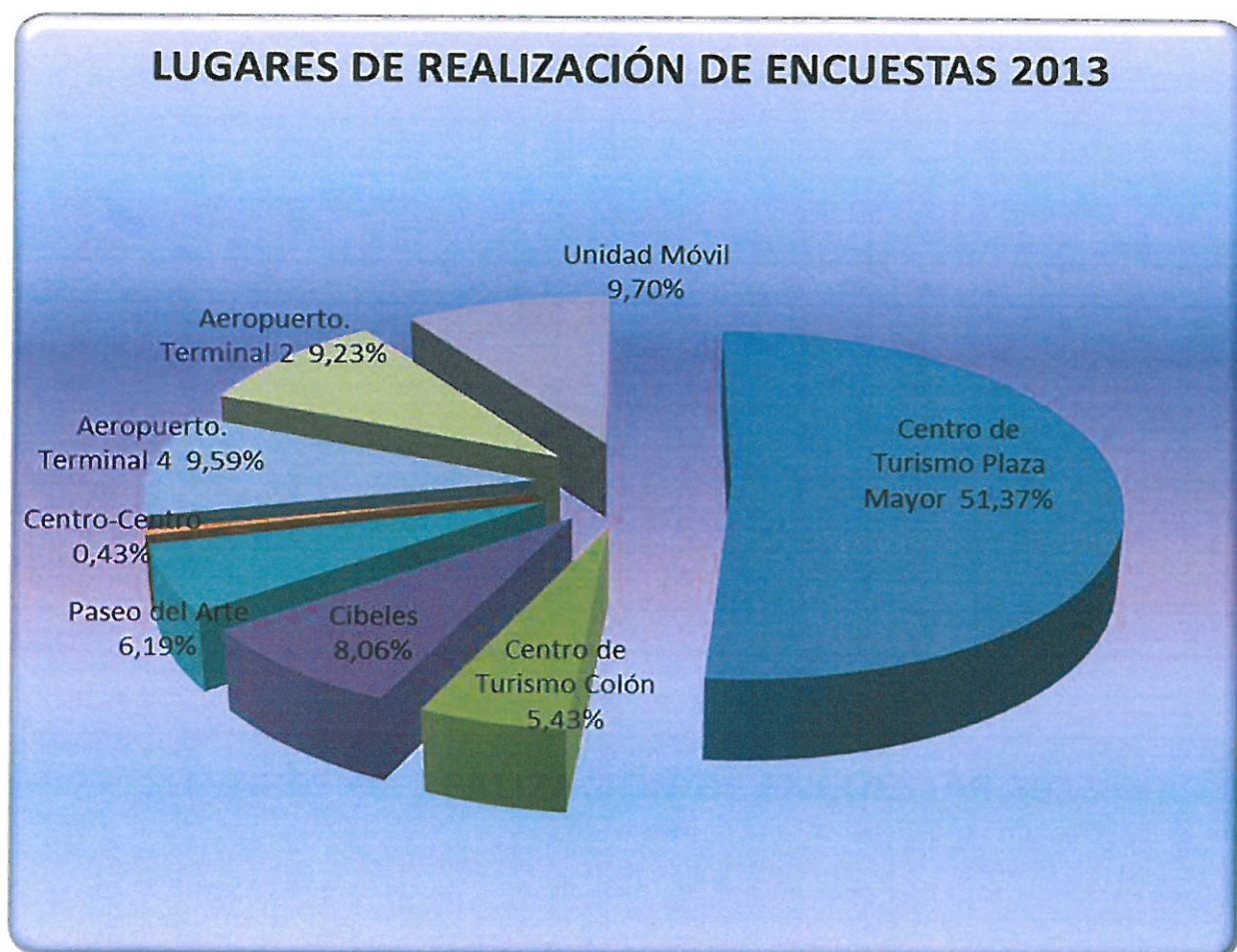
PUNTO DE INFORMACION	Nº PAX ATENDIDAS	%	% Encuestas por punto	Madrileños	Españoles	Extranjeros
Centro de Turismo Plaza Mayor	851.697	51,37	617	93	151	373
Centro de Turismo Colón	81.770	5,43	65	10	16	39
Cibeles	145.880	8,06	97	15	24	58
Paseo del Arte	141.579	6,19	74	11	18	45
Centro-Centro	44.854	0,43	5	1	1	3
Aeropuerto. Terminal 4 – salas 10 y 11	120.891	9,59	115	17	28	70
Aeropuerto. Terminal 2	188.724	9,23	111	17	27	67
Unidad Móvil	186.596	9,70	116	17	29	70
	1.761.991	100,00	1200	181	294	725

⁽¹⁾ Del total de personas encuestadas en el año 2013, el 60,47% eran extranjeros, el 15% madrileños y el 24,53% del resto de provincias de españolas. (Fuente: Perfil del Turista Atendido, Informe Estadístico de los SAIT del año 2013. E.M. Madrid Destino, Cultura, Turismo y Negocio.

Finalmente el total de encuestas realizadas son 1.410, se hicieron un número mayor en previsión de las posibles encuestas que pudieran resultar erróneas, resultando 1.410 encuestas realizadas correctamente y tabuladas. Se realiza el informe con este número de encuestas.



En el año 2013 los lugares y porcentajes de realización de encuestas han resultado ser finalmente los siguientes:



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

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.

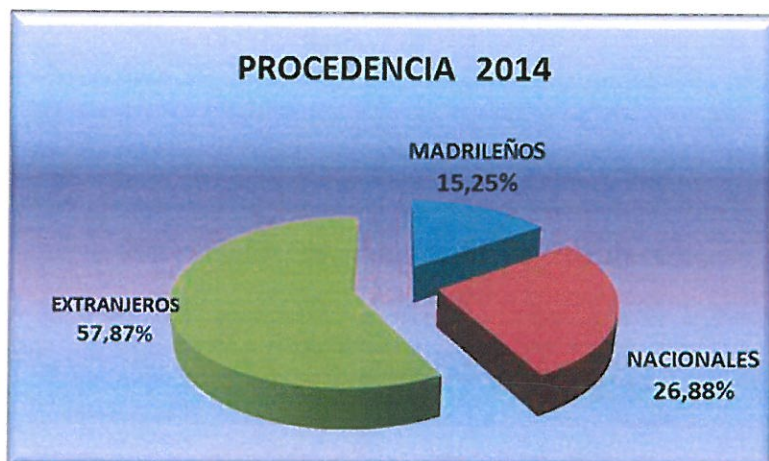
En el segundo bloque se valoran los Servicios de Atención e Información Turística, en cuanto a las instalaciones, el personal de atención, la organización del servicio, los medios materiales y documentales y una valoración global de los servicios, así como otros aspectos como si volvería a usarlos o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

En el *Anexo I* se adjuntan los modelos de cuestionarios utilizados, en castellano e inglés.

2. BLOQUE 1. DATOS GENERALES DE LA VISITA

2.1. Procedencia y sexo

De las personas que han participado en el estudio, un **57,87% eran extranjeros y el 42,13 % españoles. De los españoles, el 15,25% eran madrileños y el 26,88% de otras provincias;** de los cuales un **57,73% eran mujeres y un 42,27 % de hombres.**



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

Nacionalidad de las personas encuestadas

De las personas que han colaborado en el estudio destacan los procedentes de Italia, con 14,70%, seguidos de Francia con un 13,60%, EEUU con 8,45%, Gran Bretaña con 6,25% y Argentina con 5,15%. En total se ha realizado el estudio con la colaboración de 77 nacionalidades diferentes.

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

PAÍSES 2014			
	PROCEDENCIA PAÍSES	TOTAL	PORCENTAJE
1	ITALIA	120	14,70%
2	FRANCIA	111	13,60%
3	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	69	8,45%
4	GRAN BRETAÑA	51	6,25%
5	ARGENTINA	42	5,15%
6	BRASIL	42	5,15%
7	CHINA	31	3,80%
8	MEXICO	30	3,68%
9	ALEMANIA	28	3,43%
10	JAPON	22	2,70%
TOTAL 10 PRIMEROS PAÍSES		546	66,91%

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

Por continentes, es de destacar que de las personas extranjeras entrevistadas el **48,28% proceden de Europa**, después de América con un 33,82% y seguido por Asia con 11,89%, Oceanía con 1,22%, y por último África con 0,61%.

Con respecto a la comunidad autónoma de **procedencia de los españoles**, destacan los **madrileños con el 36,19%** del total de españoles que han colaborado en el estudio. A continuación, Cataluña con el 16,62%, seguida de Andalucía con el 10,81%, por el País Vasco con el 7,39% y la Comunidad Valenciana con el 6,60%.

En el cuadro adjunto se amplía esta información:

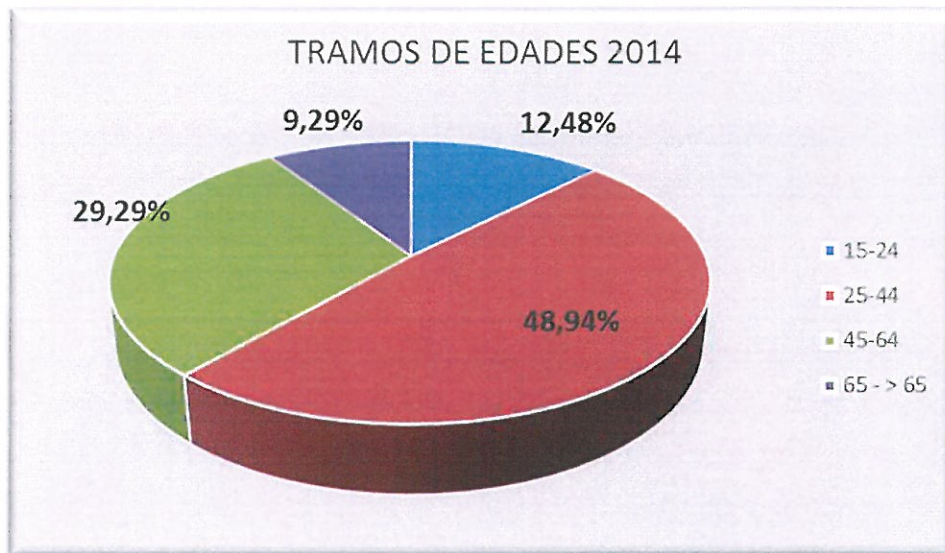
COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2014			
	AUTONOMÍA	TOTAL	PORCENTAJE
1	MADRID	215	36,19%
2	CATALUÑA	63	16,62%
3	ANDALUCIA	41	10,81%
4	PAIS VASCO	28	7,39%
5	COMUNIDAD VALENCIANA	25	6,60%
6	CASTILLA-LA MANCHA	18	3,27%
7	CANARIAS	13	5,71%
8	BALEARES	10	4,47%
9	EXTREMADURA	9	2,37%
10	ARAGON	8	2,11%
11	GALICIA	8	2,11%
12	NAVARRA	8	2,11%
13	CASTILLA Y LEON	8	2,11%
14	RIOJA, LA	6	1,58%
15	MURCIA	6	1,58%
16	CANTABRIA	6	1,58%
17	ASTURIAS	5	1,32%
18	CEUTA	1	0,26%

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

2.2. Edad

Casi la mitad de los encuestados, con **el 48,94%**, tienen edades comprendidas **entre los 25 y los 44 años**, seguidos, con un 29,29% de los de edades entre 45 y 64 años. Finalmente, encontramos los menores de 24 años con 12,48% y los mayores de 65 con un 9,29%.

EDAD 2014		
Tramos	%	Nº
15-24	12,48%	176
25-44	48,94%	690
45-64	29,29%	413
65 - > 65	9,29%	131
TOTAL	100,00%	1410



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

2.3. Con quién viaja

De las personas que han colaborado en el estudio, **el 27,45% viaja en familia**, el 26,67% viaja en pareja y el 14,90% viajan solos. Siguen a continuación los que viajan con amigos (13,90%), en grupo organizado (1,49%), y por último los que viajan solos por voluntariado (0,07%).



Estos datos evidencian que la mayoría de las personas encuestadas viajan acompañadas, concretamente el 69,50%.

CON QUIEN VIAJA 2014		
MODALIDAD	%	Nº
Con amigos	13,90%	196
En familia	27,45%	387
En pareja	26,67%	376
Grupo Organizado	1,49%	21
Solo	14,96%	211
Otros	0,07%	1
Otros voluntario	0,07%	1
Residente	15,39%	217
Total	100,00%	1410



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

2.4. Motivo principal de visita a la ciudad

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 69,86%**, seguidos por los residentes, con un 15,25%, los que vienen por motivos de familia y/o amigos con un 4,61% y los que vienen por cultura con un 2,48%.



A continuación se especifican todos los motivos de visita alegados:



MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA		
MOTIVO	%	Nº
Ocio, Recreo y vacaciones	69,86%	985
Residente	15,25%	215
Familia	4,61%	65
Cultura	2,48%	35
En tránsito	2,27%	32
Estudios	1,21%	17
Negocio	1,13%	16
Ver un espectáculo en particular	0,78%	11
Compras	0,50%	7
Ocio Cultural	0,35%	5
Noche	0,35%	5
Congresos	0,21%	3
Gastronomía	0,21%	3
Idiomas	0,21%	3
Religión	0,21%	3
Trabajo	0,14%	2
Salud	0,14%	2
Voluntariado	0,07%	1
TOTAL	100,00%	1410

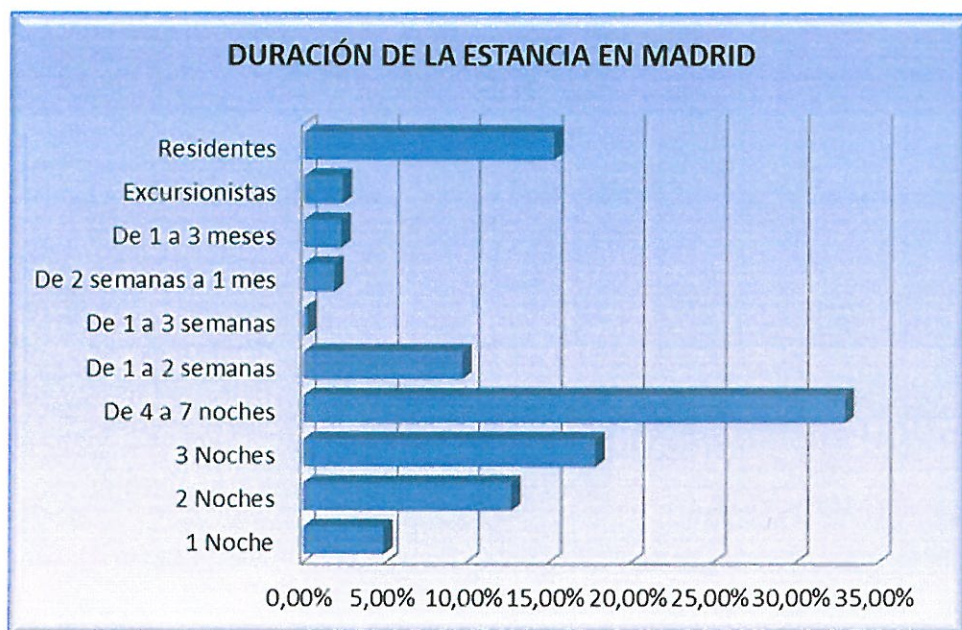
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino I Cultura I Turismo y Negocio. Valores Provisionales.

2.5. Duración de la estancia en Madrid

De las personas encuestadas, el **32,98% pernoctó en Madrid entre 4 y 7 noches**, el 17,80% 3 noches y en tercer lugar encontramos los residentes en Madrid con un 15,25%.

DURACIÓN DE LA ESTANCIA EN MADRID		
	%	Nº
1 Noche	4,89%	69
2 Noches	12,70%	179
3 Noches	17,80%	251
De 4 a 7 noches	32,98%	465
De 1 a 2 semanas	9,72%	137
De 1 a 3 semanas	0,21%	3
De 2 semanas a 1 mes	1,84%	26
De 1 a 3 meses	2,27%	32
Excursionistas	2,34%	33
Residentes	15,25%	215
TOTAL	100,00%	1410

En el gráfico adjunto se pueden observar los porcentajes de todas las duraciones de estancia en la ciudad:



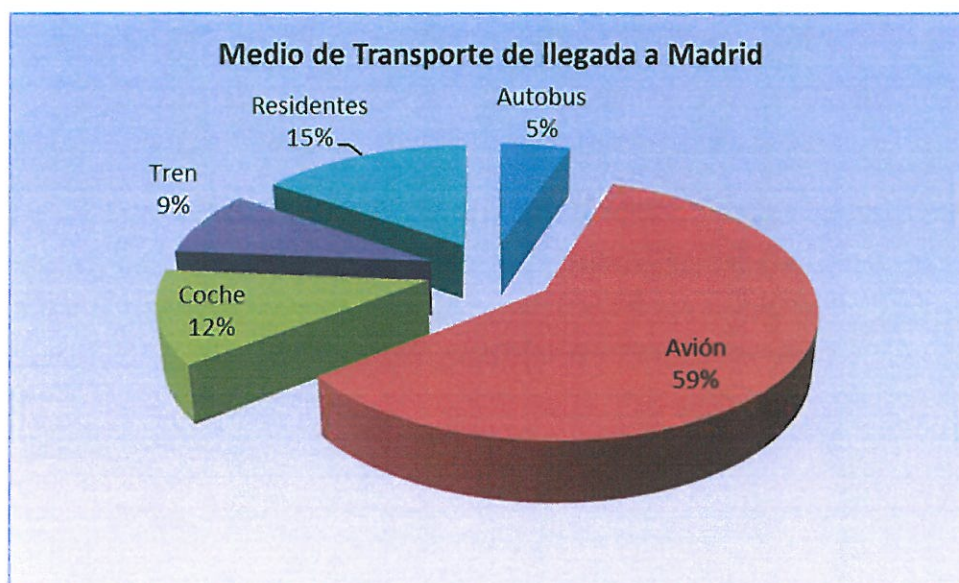
Fuente: Servicios de Atención e Información Turística. Empresa Municipal Madrid Destino I Cultura I Turismo y Negocio.
Valores Provisionales.

2.6. Medio de transporte de llegada a Madrid

El medio de transporte de llegada a Madrid es principalmente el avión, con el 59,29%, seguido el coche particular con el 11,84% y tren con el 8,44%, y, con menor repercusión, el autobús con un 5,18%. Los residentes suponen el 15,25%.

Medio de Transporte de llegada - 2014 -		
Medio de Transporte	%	Nº
Autobús	5,18%	73
Avión	59,29%	836
Coche	11,84%	167
Tren	8,44%	119
Residentes	15,25%	215
TOTAL	100,00%	1410

En el siguiente gráfico se puede observar la proporción de estos datos:



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

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

3.1. 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% de las personas encuestadas volvería a utilizar los servicios.

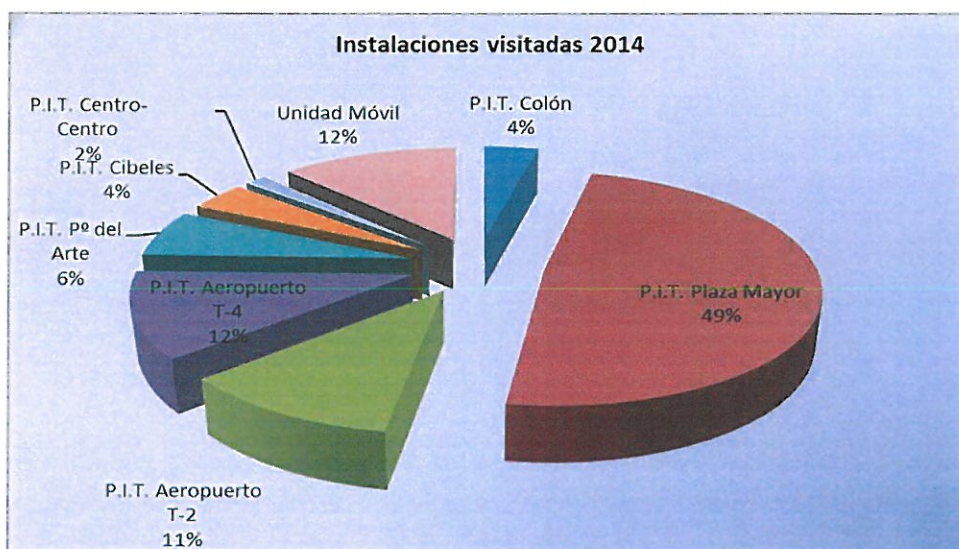


¿Volvería a utilizar el Servicio de Información Turística		
	%	Nº
SI	97,52%	1375
NO	2,48%	35
TOTAL	100,00%	1410

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

3.2. Instalaciones visitadas

La instalación más visitada por las personas encuestadas es el **Centro de Turismo de Madrid en la Plaza Mayor, con el 48,65%**, seguida por Unidad Móvil con el 12,41% y el Punto de Información Turística del Aeropuerto en la Terminal 4 con el 11,91%.



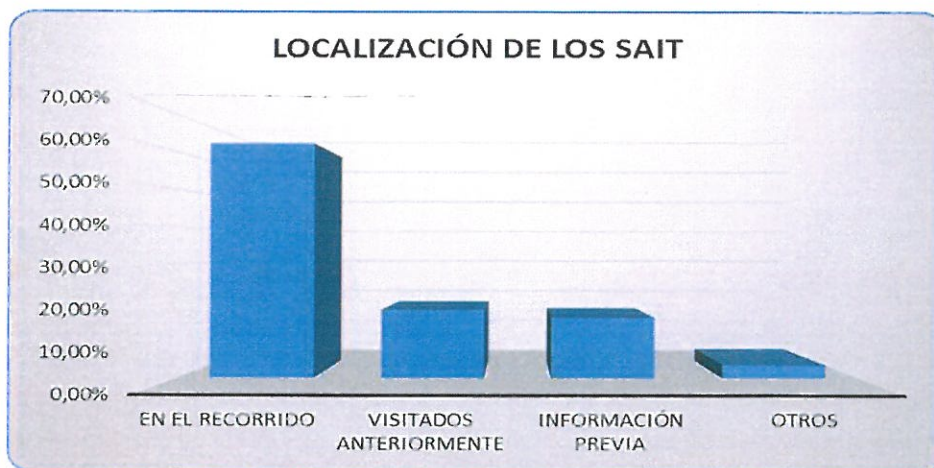
A continuación se especifican los datos de las instalaciones visitadas por las personas encuestadas:

Instalaciones Visitadas - 2014 -		
Instalaciones	%	Nº
P.I.T. Colón	3,83%	54
P.I.T. Plaza Mayor	48,65%	686
P.I.T. Aeropuerto T-2	11,06%	156
P.I.T. Aeropuerto T-4	11,91%	168
P.I.T. Pº del Arte	6,52%	92
P.I.T. Cibeles	4,04%	57
P.I.T. Centro-Centro	1,56%	22
Unidad Móvil	12,41%	175
TOTAL	100,00%	1410

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

3.3. Localización de los SAIT

La mayoría de las personas encuestadas **han encontrado los SAIT en el recorrido de su visita a la ciudad, un 62,27%**. Mientras que el 18,16% ya los habían visitado con anterioridad y el 16,03% disponía de información previa sobre su localización. Mientras que el resto, el 3,55%, los localizó por otras vías.



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

Localización de los SAIT		
	%	Nº
En el recorrido	62,27%	878
Visitados anteriormente	18,16%	256
Información previa	16,03%	226
otros	3,55%	50
TOTAL	100,00%	1410

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



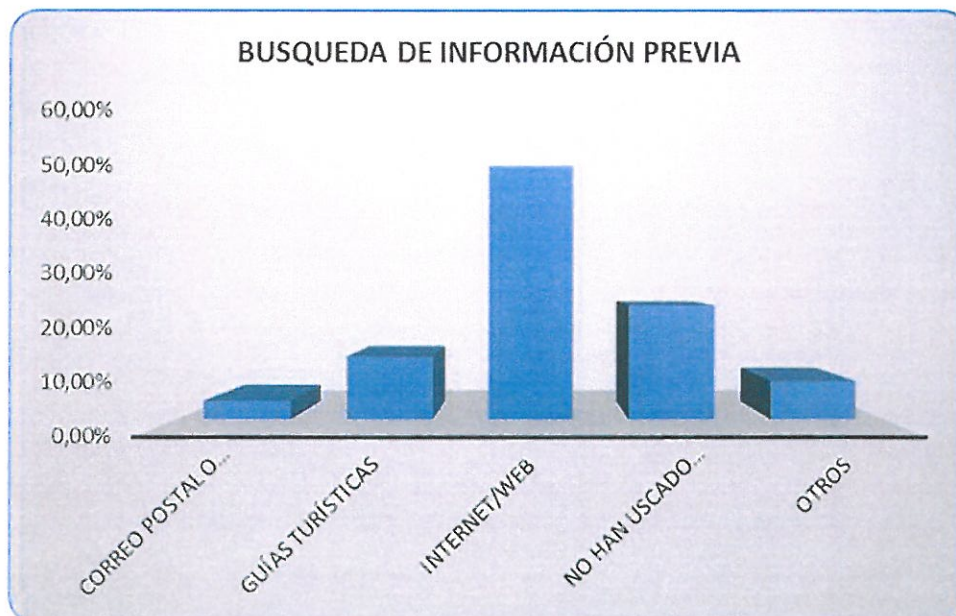
3.4. Búsqueda de información previa sobre la Ciudad

El 52,06% ha buscado información sobre la ciudad antes de su visita a través de alguna página web, mientras que el 23,40% no ha buscado información y el 12,91% la ha buscado en guías turísticas de la ciudad.

También, pero en menor medida, se recurre a otros medios (3,67%), 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 o a través de correo electrónico y postal.

BUSQUEDA DE INFORMACIÓN PREVIA -2014 -		
	%	Nº
Correo Postal o electrónico	3,83%	54
Guías Turísticas	12,91%	182
Internet/web	52,06%	734
No han buscado información	23,40%	330
otros	7,80%	110
TOTAL	100,00%	1410

En el gráfico adjunto se pueden observar estos datos:



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

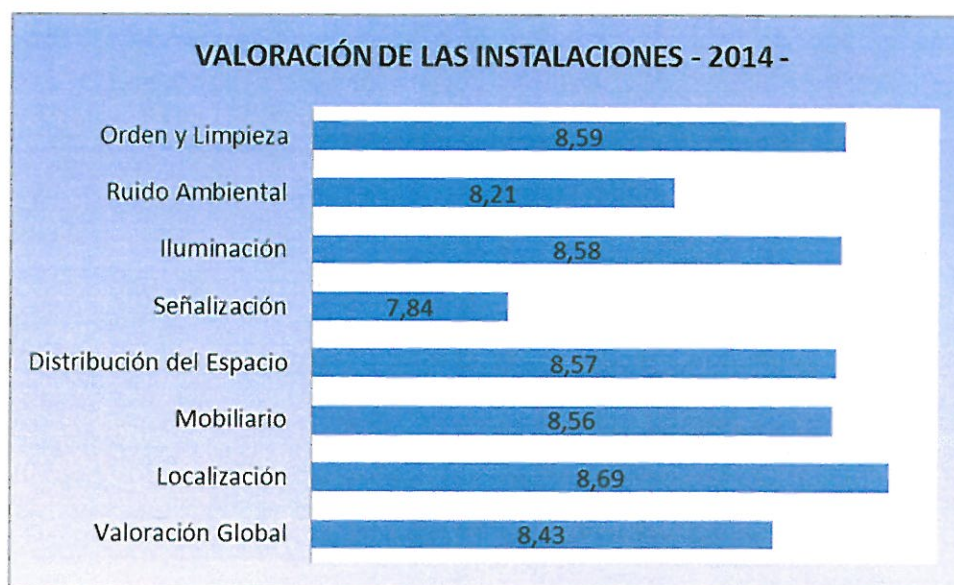
3.5. Valoración de las Instalaciones de los SAIT

Las instalaciones de los SAIT tienen una valoración media de un 8,43.

De los aspectos **mejor valorados** en este apartado en primer lugar se encuentra **la localización de las instalaciones con un 8'69**, seguida por el orden y limpieza de las mismas con una valoración media de 8,59, la valoración de la iluminación es de 8,58 y distribución del espacio de 8,57.

VALORACIÓN DE LAS INSTALACIONES - 2014 -	
	PUNTUACIÓN
Valoración Global	8,43
Localización	8,69
Mobiliario	8,56
Distribución del Espacio	8,57
Señalización	7,84
Iluminación	8,58
Ruido Ambiental	8,21
Orden y Limpieza	8,59

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



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

3.6. Personal de Atención de los SAIT

El conocimiento del personal de atención es el mejor valorado de los items generales de valoración de los SAIT, con una **nota media de 9,55** y con todos los aspectos evaluados con una valoración global de 9,50.

El aspecto más valorado por los usuarios encuestados ha sido el aspecto personal con un 9,54, seguido por la claridad del lenguaje con un 9,53.

VALORACIÓN DEL PERSONAL DE ATENCIÓN - 2014 -	
	PUNTUACIÓN
Valoración Global	9,50
Trato y Amabilidad	9,46
Conocimiento	9,55
Claridad del lenguaje	9,53
Satisfacción de la info facilitada	9,46
Utilidad de la información	9,45
Aspecto personal	9,54

En el siguiente gráfico se muestran estos datos:



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

3.7. Organización del Servicio.

La organización del servicio se valora con un **9,18 de media**.

El aspecto mejor valorado que supera el 9 de nota media es el **Tiempo de espera para ser atendido con 9,36**, seguido de la oferta de idiomas , con un 9,19, y el horario de la Oficina de Turismo, con un 9,15.

Estos datos se pueden observar en el gráfico siguiente:



	PUNTUACIÓN
Valoración Global	9,18
Horario	9,15
Nº Informadores	9,01
Tiempo de espera	9,36
Oferta de Idiomas	9,19

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

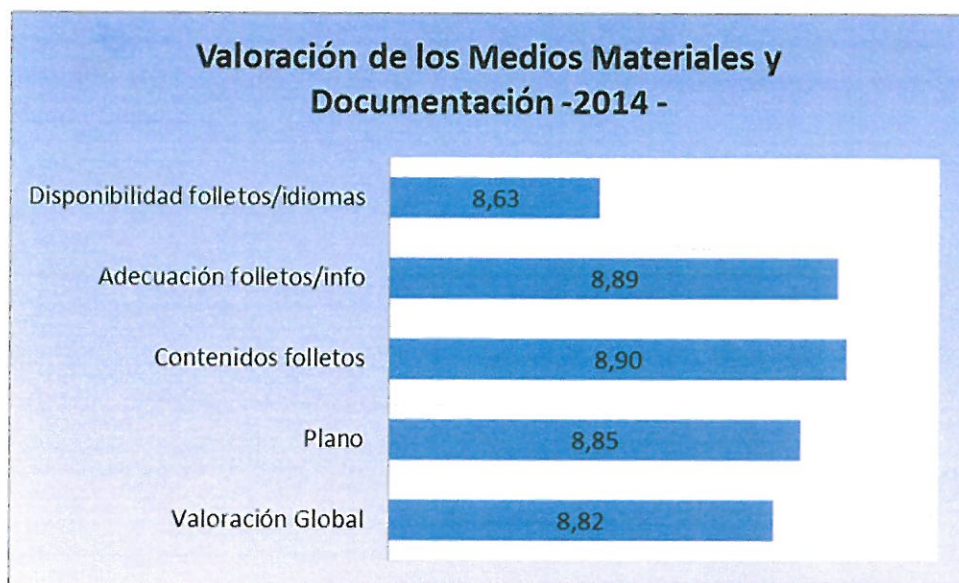
3.8. Medios materiales y documentales

La valoración media de los medios materiales y documentales es un 8,82.

Los contenidos de los folletos es el aspecto mejor valorado con un 8,90, seguido de la adecuación de los folletos a la información solicitada con un 8,89.

En cambio, el aspecto peor valorado es la disponibilidad de folletos en el idioma del usuario, con 8,63.

El gráfico siguiente muestra los datos descritos:



ORGANIZACIÓN DEL SERVICIO - 2014 -	
	PUNTUACIÓN
Valoración Global	8,82
Plano	8,85
Contenidos folletos	8,90
Adecuación folletos/info	8,89
Disponibilidad folletos/idiomas	8,63

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

3.9. Nivel global de satisfacción

La media de la valoración global de los SAIT es de **8,98**.

Es de destacar que **el 95,32 % de las valoraciones realizadas supera el 8** de nota, detallado en el siguiente cuadro:

VALORACIÓN GLOBAL - 2014													
	MEDIA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL	RESTO
Valoración Global	8,98	0	0	0	2	5	3	30	155	419	241	855	NS/NC
		0,00%	0,00%	0,00%	0,23%	0,58%	0,35%	3,51%	18,13%	49,01%	28,19%		
		0,23%			4,44%			95,32%					
		4,68%						95,32%					

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

4. COMPARATIVA VALORACIONES 2012-2013- 2014

Se ha realizado una comparativa entre las valoraciones obtenidas durante este estudio estadístico y las obtenidas en el estudio del año 2012 y 2013.

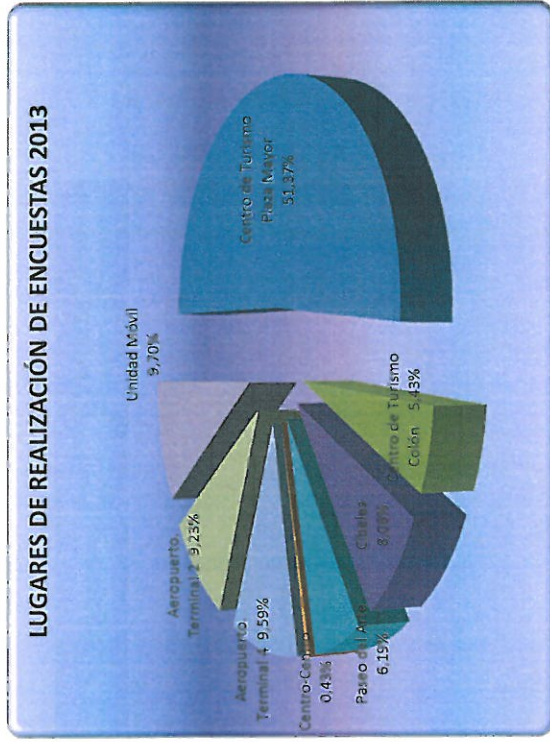
Con respecto a la valoración global del servicio se ha producido en este año 2014 un ascenso en la nota con respecto a la obtenida en el año 2012 y 2013.

Valoración global	2012	2013	2014
Valoración Global	8,73	8,94	8,98

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

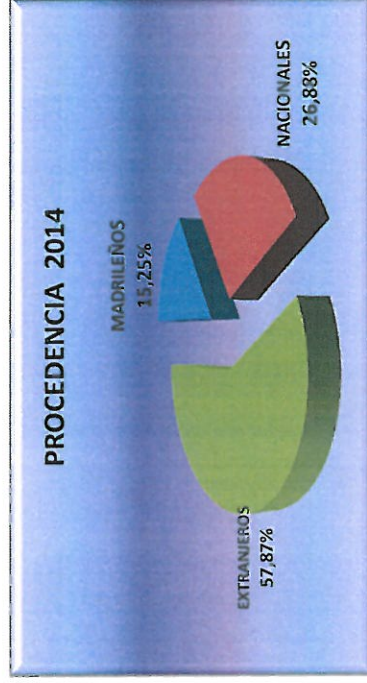
LUGARES DE REALIZACIÓN DE ENCUESTAS 2013

PUNTO DE INFORMACION	%	Nº PAX ATENDIDAS	%	% Encuestas por punto	Madrilenos	Espanoles	Extranjeros
Centro de Turismo Plaza Mayor	51,37%	851 697	51,37	617	93	151	373
Centro de Turismo Colón	5,43%	81 770	5,43	65	10	16	39
Cibeles	8,06%	145 880	8,06	97	15	24	58
Paseo del Arte	6,19%	141 579	6,19	74	11	18	45
Centro-Centro	0,43%	44 854	0,43	5	1	1	3
Aeropuerto Terminal 4	9,59%	120 891	9,59	115	17	28	70
Aeropuerto Terminal 2	9,23%	188 724	9,23	111	17	27	67
Unidad Móvil	9,70%	186 596	9,7	116	17	29	70
	100	1 761 961	100	1200	181	294	725



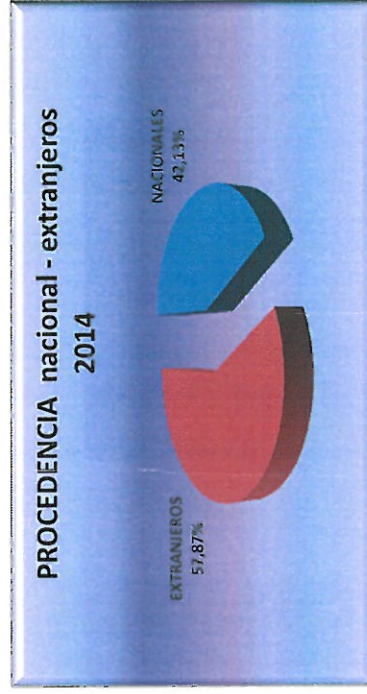
Nº TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS 1.410		
PROCEDECENCIA		
PROCEDECENCIA	%	NÚMERO ENCUESTAS REALIZADAS
MADRILEÑOS	15,25%	215
NACIONALES	26,88%	379
EXTRANJEROS	57,87%	816
	100,00%	1410

PROCEDECENCIA		
PROCEDECENCIA	%	
MADRILEÑOS	15,25%	
NACIONALES	26,88%	
EXTRANJEROS	57,87%	
	100,00%	



Nº TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS 1.410		
PROCEDECENCIA		
PROCEDECENCIA	%	NÚMERO ENCUESTAS REALIZADAS
NACIONALES	42,13%	594
EXTRANJEROS	57,87%	816
	100,00%	1410

PROCEDECENCIA		
PROCEDECENCIA	%	
NACIONALES	42,13%	
EXTRANJEROS	57,87%	



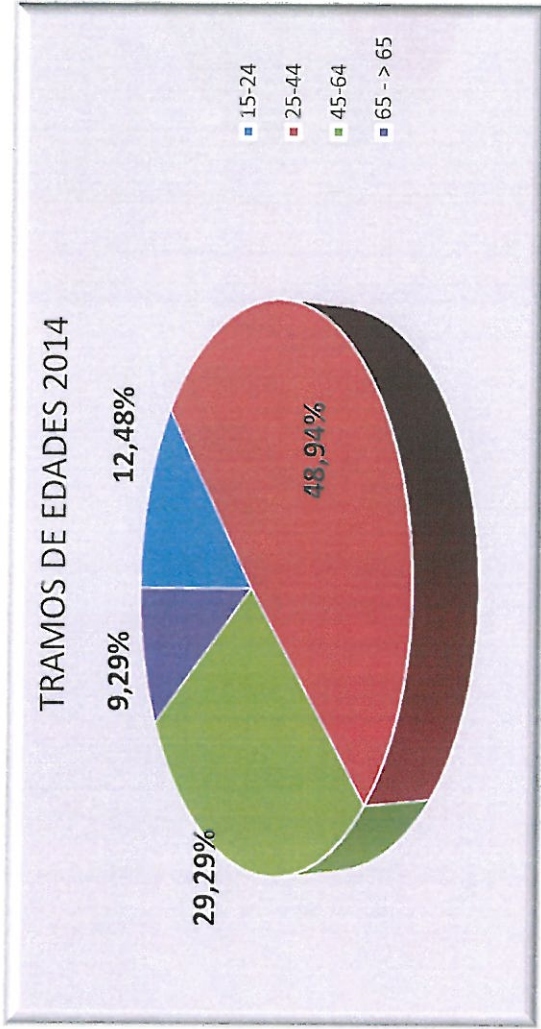
SEXO		
Nº TOTAL DE ENCUESTAS REALIZADAS 1.410		
SEXO	%	NÚMERO ENCUESTAS REALIZADAS
HOMBRES	42,27%	596
MUJERES	57,73%	814
	100,00%	1410



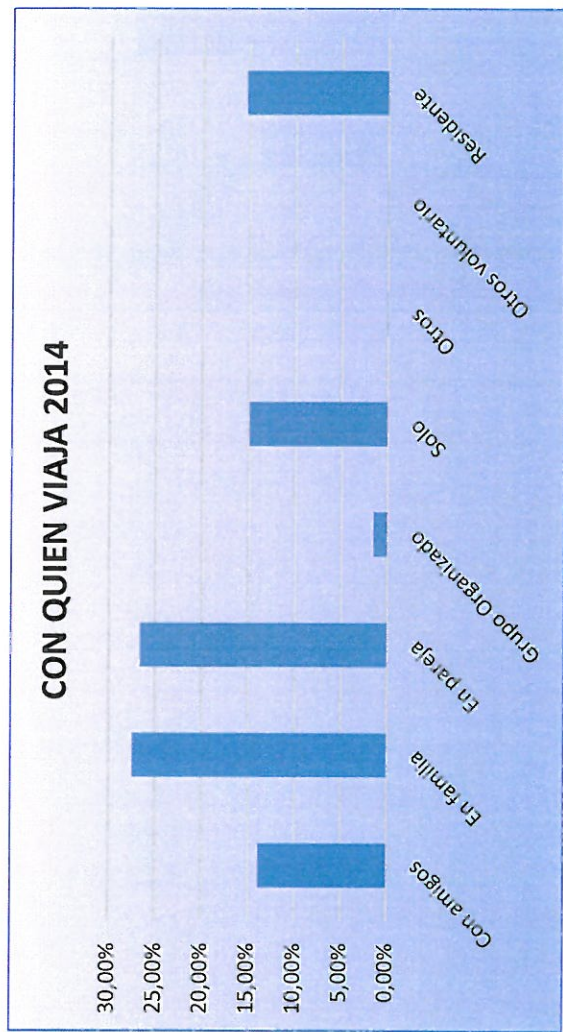
PAÍSES 2014			
	PROCEDENCIA PAÍSES	TOTAL	PORCENTAJE
1	ITALIA	120	14,70%
2	FRANCIA	111	13,60%
3	ESTADOS UNIDOS DE NORTEAMERICA	69	8,45%
4	GRAN BRETAÑA	51	6,25%
5	ARGENTINA	42	5,15%
6	BRASIL	42	5,15%
7	CHINA	31	3,80%
8	MEXICO	30	3,68%
9	ALEMANIA	28	3,43%
10	JAPON	22	2,70%
TOTAL 10 PRIMEROS PAÍSES		546	66,91%

COMUNIDADES AUTÓNOMAS 2014			
	AUTONOMÍA	TOTAL	PORCENTAJE
1	MADRID	215	36,19%
2	CATALUÑA	63	16,62%
3	ANDALUCIA	41	10,81%
4	PAIS VASCO	28	7,39%
5	COMUNIDAD VALENCIANA	25	6,60%
6	CASTILLA-LA MANCHA	18	3,27%
7	CANARIAS	13	5,71%
8	BALEARES	10	4,47%
9	EXTREMADURA	9	2,37%
10	ARAGON	8	2,11%
11	GALICIA	8	2,11%
12	NAVARRA	8	2,11%
13	CASTILLA Y LEON	8	2,11%
14	RIOJA, LA	6	1,58%
15	MURCIA	6	1,58%
16	CANTABRIA	6	1,58%
17	ASTURIAS	5	1,32%
18	CEUTA	1	0,26%

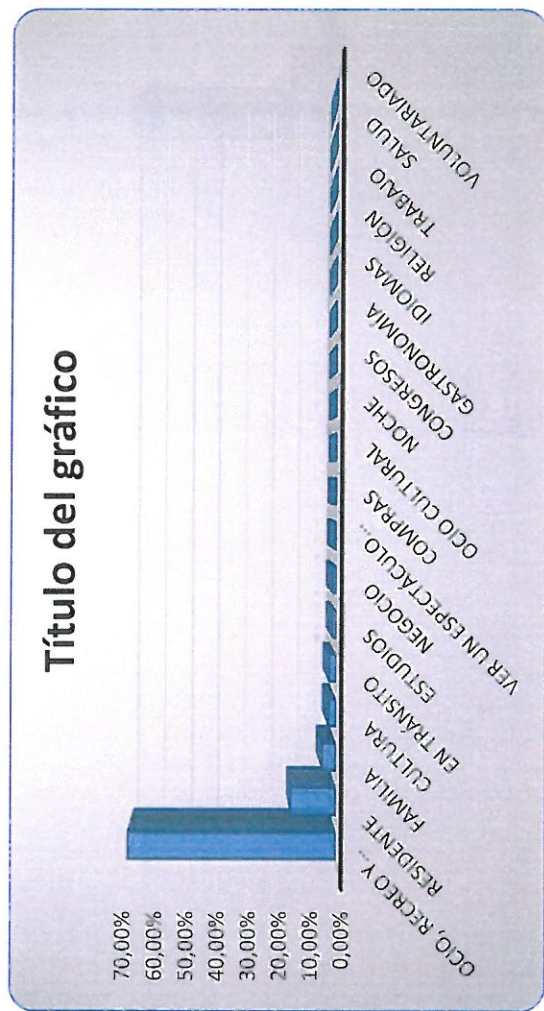
EDAD 2014		
Tramos	%	Nº
15-24	12,48%	176
25-44	48,94%	690
45-64	29,29%	413
65 - > 65	9,29%	131
TOTAL	100,00%	1410



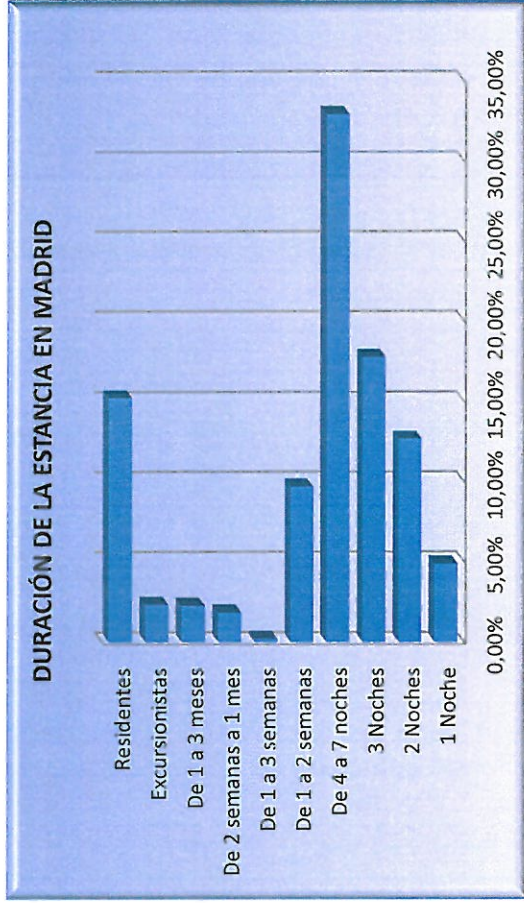
CON QUIEN VIAJA 2014		
MODALIDAD	%	Nº
Con amigos	13,90%	196
En familia	27,45%	387
En pareja	26,67%	376
Grupo Organizado	1,49%	21
Solo	14,96%	211
Otros	0,07%	1
Otros voluntario	0,07%	1
Residente	15,39%	217
Total	100,00%	1410



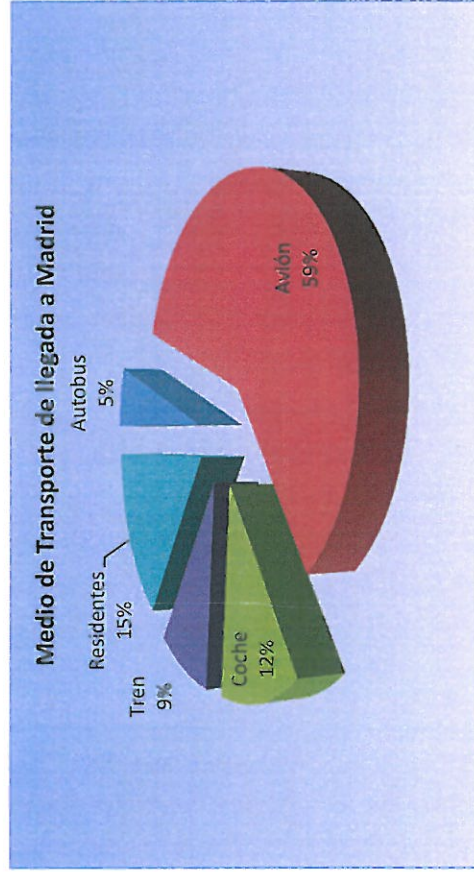
MOTIVO PRINCIPAL DE LA VISITA			
MOTIVO	%	Nº	
Ocio, Recreo y vacaciones	69,86%	985	
Residente	15,25%	215	
Familia	4,61%	65	
Cultura	2,48%	35	
En tránsito	2,27%	32	
Estudios	1,21%	17	
Negocio	1,13%	16	
Ver un espectáculo en particular	0,78%	11	
Compras	0,50%	7	
Ocio Cultural	0,35%	5	
Noche	0,35%	5	
Congresos	0,21%	3	
Gastronomía	0,21%	3	
Idiomas	0,21%	3	
Religión	0,21%	3	
Trabajo	0,14%	2	
Salud	0,14%	2	
Voluntariado	0,07%	1	
TOTAL	100,00%	1410	



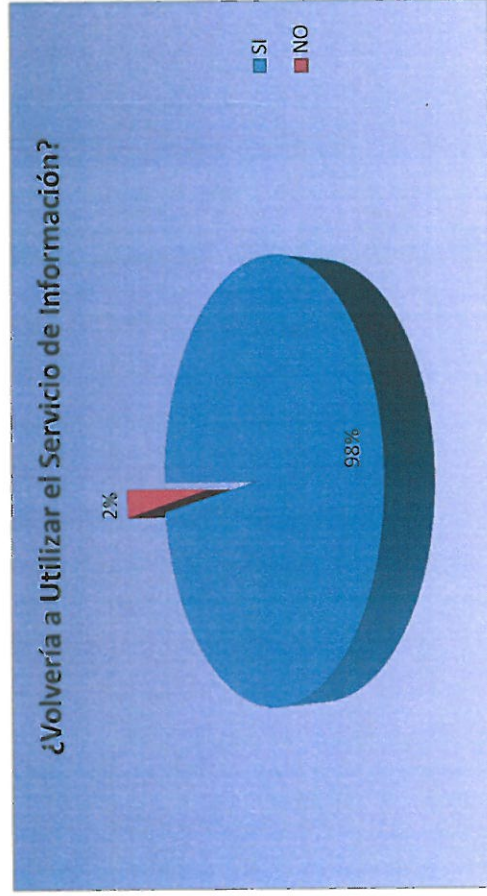
DURACIÓN DE LA ESTANCIA EN MADRID		
	%	Nº
1 Noche	4,89%	69
2 Noches	12,70%	179
3 Noches	17,80%	251
De 4 a 7 noches	32,98%	465
De 1 a 2 semanas	9,72%	137
De 1 a 3 semanas	0,21%	3
De 2 semanas a 1 mes	1,84%	26
De 1 a 3 meses	2,27%	32
Excursionistas	2,34%	33
Residentes	15,25%	215
TOTAL	100,00%	1410



Medio de Transporte de llegada - 2014 -		
Medio de Transporte	%	Nº
Autobus	5,18%	73
Avión	59,29%	836
Coche	11,84%	167
Tren	8,44%	119
Residentes	15,25%	215
TOTAL	100,00%	1410



¿Volvería a utilizar el Servicio de Información Turística		
	%	Nº
SI	97,52%	1375
NO	2,48%	35
TOTAL	100,00%	1410



Instalaciones Visitadas - 2014 -		
Instalaciones	%	Nº
P.I.T. Colón	3,83%	54
P.I.T. Plaza Mayor	48,65%	686
P.I.T. Aeropuerto T-2	11,06%	156
P.I.T. Aeropuerto T-4	11,91%	168
P.I.T. pe del Arte	6,52%	92
P.I.T. Cibeles	4,04%	57
P.I.T. Centro-Centro	1,56%	22
Unidad Móvil	12,41%	175
TOTAL	100,00%	1410

