

Encuesta de visitantes a puntos turísticos de la Comunidad de Madrid. 2011

Grado de satisfacción y otros indicadores de valoración del viaje a la Comunidad de Madrid



Equipo de trabajo: Agustín Cañada Martínez
Empresa Telecyl, S.A.

Edita: Dirección General de Economía,
Estadística e Innovación Tecnológica
Consejería de Economía y Hacienda
Príncipe de Vergara, 132 - 28002 – Madrid
www.madrid.org/iestadis
iestadis@madrid.org

1ª edición: Mayo 2012



Índice

0. INTRODUCCIÓN

0.1. Objetivos de la Investigación	6
0.2. Características generales de la encuesta	7
- Cuadro 1. Distribución de la muestra por oleadas	7
1. GRADO DE SATISFACCIÓN Y VALORACIÓN DE LA VISITA A LA COMUNIDAD DE MADRID	8
1.1. Nivel de satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid	9
- Cuadro 2. Nivel de satisfacción general	9
- Cuadro 3. Nivel de satisfacción con los aspectos básicos de la oferta turística y de otras dotaciones generales de la Comunidad de Madrid	9
1.2. Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento	10
- Cuadro 4. Grado de satisfacción con el alojamiento	10
- Gráfico 1. Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento	11
1.3. Valoración de los aspectos relacionados con el restaurante	11
- Cuadro 5. Grado de satisfacción con el restaurante	11
- Gráfico 2. Valoración de los aspectos relacionados con el restaurante	12
1.4. Valoración de los aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas en la Comunidad de Madrid.	12
1.4.1. Valoración de los aspectos relacionados con las Oficinas de Información turística	12
- Cuadro 6. Grado de satisfacción con la información proporcionada por las Oficinas de Turismo	12
1.4.2. Valoración de otros aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid.	13
- Cuadro 7. Grado de satisfacción con otros aspectos de la infraestructura turística	13
- Gráfico 3. Grado de satisfacción con otros aspectos de la infraestructura turística de la Comunidad de Madrid	14
1.5. Valoración de los aspectos básicos de la Comunidad de Madrid	14
- Cuadro 8. Grado de satisfacción con la infraestructuras básicas y otros aspectos generales	14
- Gráfico 4. Valoración satisfacción con las infraestructuras básicas y otros aspectos generales de la Comunidad de Madrid	15
1.6. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid	16
- Cuadro 9. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid	16
1.7. Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid	17
- Cuadro 10. Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid	18
1.8. Grado de cumplimiento de expectativas en la visita la Comunidad de Madrid	18
- Cuadro 11. Grado de cumplimiento de las expectativas del viajero	18
1.9. Grado de satisfacción y valoración: Resumen de los resultados	19

2.	MODELO DE SATISFACCIÓN CON LA VISITA A LA COMUNIDAD DE MADRID	20
2.1.	Un modelo estadístico de valoración del viaje	20
	- Gráfico 6. Valoraciones medias agrupadas por bloques de características	21
	- Gráfico 7. Relación causa/ efecto: Impacto de cada bloque en el índice de la satisfacción global	22
2.2.	Matriz de posicionamiento estratégico	23
	- Gráfico 8. Matriz de posicionamiento estratégico	23

ANEXO. TABULACIÓN DETALLADA

A.1.	Nivel de satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los encuestados	25
A.2.	Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento	
A.2.1.	Resumen de valoraciones sobre el alojamiento	26
A.2.2.	Satisfacción general con el alojamiento según algunas características socio-demográficas de los encuestados	26
A.2.3.	Valoración de la atención recibida en el alojamiento según algunas características socio-demográficas de los encuestados	27
A.2.4.	Valoración de la oferta de alojamientos según algunas características socio-demográficas de los encuestados	27
A.2.5.	Valoración de la calidad del alojamiento según algunas características socio-demográficas de los encuestados	28
A.2.6.	Valoración de la disponibilidad de plazas según algunas características socio-demográficas de los encuestados	28
A.2.7.	Valoración del precio del alojamiento según algunas características socio-demográficas de los encuestados	28
A.3.	Valoración de los aspectos relacionados con los restaurantes	
A.3.1.	Resumen de valoraciones sobre el restaurante	29
A.3.2.	Satisfacción general con el restaurante según algunas características socio-demográficas de los encuestados	29
A.3.3.	Valoración del horario del restaurante según algunas características socio-demográficas de los encuestados	30
A.3.4.	Valoración de la calidad de la comida según algunas características socio-demográficas de los encuestados	30
A.3.5.	Valoración de la atención recibida según algunas características socio-demográficas de los encuestados	30
A.3.6.	Valoración de la calidad de las instalaciones según algunas características socio-demográficas de los encuestados	31
A.3.7.	Valoración de la capacidad según algunas características socio-demográficas de los encuestados	31
A.3.8.	Valoración del precio del restaurante según algunas características socio-demográficas de los encuestados	31
A.4.	Valoración de los aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid	
A.4.1.	Valoración de la información recibida en las Oficinas de Información Turística según algunas características socio-demográficas de los visitantes	32

A.4.2.	Valoración general de las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid	32
A.4.3.	Valoración general de las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	32
A.4.4.	Valoración general de la oferta de ocio y entretenimiento de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	33
A.4.5.	Valoración general de la oferta comercial de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	33
A.4.6.	Valoración general de la conservación de los monumentos de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	33
A.4.7.	Valoración general de la oferta cultural de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	34
A.4.8.	Valoración general de la señalización turística de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	34
A.5.	Valoración de las infraestructuras básicas y otros aspectos de la Comunidad de Madrid	
A.5.1.	Valoración general	35
A.5.2.	Valoración general según algunas características socio-demográficas de los visitantes	35
A.5.3.	Valoración de infraestructuras de transporte según algunas características socio-demográficas de los visitantes.	36
A.5.4.	Valoración de de aspectos de la Comunidad de Madrid (clima, seguridad ciudadana, paisaje urbano) según algunas características socio-demográficas de los visitantes.	37
A.5.5.	Valoración de aspectos de las infraestructuras de la Comunidad de Madrid (dotación de espacios libres y espacios verdes, señalización de las carreteras, limpieza de las ciudades, movilidad peatonal) según algunas características socio-demográficas de los visitantes	38
A. 6.	Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid	
A.6.1.	Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	39
A.6.2.	Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid según lugar de residencia de los visitantes	40
A.7.	Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes	41
A.8.	Grado de cumplimiento de expectativas en la visita a la Comunidad de Madrid según lugar de residencia de los visitantes	42

0. INTRODUCCIÓN

En este documento se presentan los resultados de la "Encuesta de Puntos turísticos de la Comunidad de Madrid" del año 2011, en lo referente exclusivamente a aquellas preguntas de opiniones cualitativas de los turistas sobre los viajes realizados en la Comunidad de Madrid y que pueden resultar de interés para la planificación de la política turística.

Concretamente, el documento se divide en tres epígrafes:

- En la "Introducción" se describen las características generales de la encuesta: lugares de encuestación, tamaños muestrales; época de encuestación.
- En el apartado "Grado de satisfacción y valoración de la visita a la comunidad de Madrid" epígrafe 2 se resumen los resultados de todas aquellas preguntas y partes del cuestionario que contienen aspectos de valoración por parte del visitante, tales como: Nivel de satisfacción general con el viaje; valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento; de los aspectos relacionados con el restaurante; de las Oficinas de Información Turística; intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid; recomendación de visitar la Comunidad de Madrid; grado de cumplimiento de expectativas en la visita la Comunidad de Madrid.
- En el epígrafe 3 se presenta un modelo estadístico que permite identificar las variables que más influencia tienen en la valoración del viaje y, a partir de dicho análisis, construir lo que se conoce como una "Matriz de posicionamiento estratégico" de la Región.

0.1. Objetivos de la investigación

Objetivo general

La "Encuesta de visitantes a puntos turísticos de la Comunidad de Madrid en el año 2011" es una operación estadística que busca el conocimiento estadístico de las características de los flujos de visitantes a los principales enclaves turísticos de la Comunidad.

La información de la encuesta persigue en último término proporcionar información que pueda ayudar en la planificación de la política turística, tanto desde el punto de vista territorial como desde el punto de vista sectorial, concentrando esfuerzos en puntos geográficos o sectores prioritarios.

Objetivos específicos

Con el fin de alcanzar el objetivo general se plantean los siguientes objetivos específicos:

- Cuantificar los flujos recibidos en los enclaves seleccionados de la Comunidad de Madrid.
- Conocimiento del perfil socio-demográfico del turista que visita las diferentes zonas: sexo, edad, procedencia.
- Conocimiento del perfil turístico: hábitos turísticos, actividades que realiza durante la visita.
- Caracterización de la visita: duración del viaje, forma de organización del mismo, número de personas que componen el grupo de viaje, etc.
- Gasto generado por el viajero en la Comunidad de Madrid.
- Opinión que le merece la Comunidad desde el punto de vista de la actividad turística (opinión sobre las dotaciones turísticas, las infraestructuras, fidelidad en la visita, etc.) y satisfacción con el viaje realizado.

0.2. Características generales de la encuesta

Ficha Técnica:

- **Tipo de encuesta:** encuesta personal.
- **Ámbito poblacional (Universo):** visitantes a la Comunidad de Madrid.
- **Colectivo encuestado:** visitantes a la Comunidad de Madrid mayores de 16 años.
- **Ámbito geográfico:** Comunidad de Madrid.
- **Periodos de encuestación:** agosto y primera de septiembre, octubre y primera semana de noviembre.
- **Diseño muestral:** muestreo estratificado en función de la zona geográfica, periodo temporal, tipo de turismo y periodo de la semana. Los datos de la encuestación han sido elevados tomando como referencia los datos de Estadísticas oficiales (Instituto Nacional de Estadística, Familtur y Frontur) y datos específicos de la Comunidad de Madrid.
Tamaño muestral: 5.574 encuestas, en dos periodos del año (verano y otoño) según aparece en el siguiente cuadro:

Cuadro 1. Distribución de la muestra por oleadas

Verano ⁽¹⁾	2.671
Otoño ⁽²⁾	2.903
Total	5.574

(1) Agosto y primera semana de Septiembre.

(2) Octubre y primera semana de Noviembre.

- **Margen de error:** +/- 1,36%, para datos globales, con un nivel de confianza del 95,5% con condiciones normales de muestreo $p = q = 0,5$, 2 sigma).
- **Puntos de encuestación:** Los puntos seleccionados para la realización de la encuesta en la región (aparte de la capital) son: Alcalá de Henares, Aranjuez, Chinchón, Manzanares el Real, Montejo de la Sierra, Navacerrada, Navalcarnero, Rascafría-El Paular, San Lorenzo del Escorial, San Martín de la Vega (Parque Warner).

1. GRADO DE SATISFACCIÓN Y VALORACIÓN DE LA VISITA A LA COMUNIDAD DE MADRID

En el presente apartado se analiza el grado de satisfacción de los visitantes a la Comunidad de Madrid, en el año 2011, a partir de los resultados recogidos en la encuesta de puntos.

Siguiendo similares encuestas, los indicadores de satisfacción abarcan todos los aspectos relacionados con el viaje a la región, que han sido clasificados para su presentación en tres grandes bloques:

- De una parte, lo que podríamos denominar valoración de los aspectos de infraestructura y servicios turísticos y que abarcan aspectos relacionados con el alojamiento, con el restaurante que más frecuentaron, con la Oficina de Información Turística...
- Un segundo bloque que recoge las opiniones y valoración de la infraestructura de carácter más general, como la infraestructura de transportes, las dotaciones de zonas verdes, la seguridad,...
- Por último, en un análisis de la valoración del viaje, no pueden faltar indicadores como las expectativas de repetir la visita o recomendar el viaje a familiares y amigos...que son indicadores indirectos, pero sin duda cruciales, a la hora de evaluar la satisfacción con el viaje.

La información se presenta mediante puntuaciones medias medidas en una escala de uno a diez, partir de la cual se clasifica a los viajeros en tres grupos:

- El primero de ellos "**Detractores**", que agrupa a los viajeros con una frecuencia de valoraciones a desde un punto hasta seis.
- El segundo, "**Pasivos**", con la frecuencia de valoraciones de entre siete y ocho puntos.
- Y el tercero, "**Promotores**", con las frecuencias de las mayores valoraciones, es decir, nueve y diez puntos.

A partir de esta nueva codificación se obtiene un **Saldo**, que representa la diferencia existente entre el grupo que concede las mayores valoraciones - los "Promotores" - y el grupo que ofrece las más bajas - los "Detractores" -.

1.1. Nivel de satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid

El nivel de satisfacción general alcanzado con la visita a la Comunidad de Madrid (cuadro 2) es elevado, ya que la valoración media es de 8,56 puntos sobre un total de diez puntos. Además la agrupación de las frecuencias de respuesta según el grado de satisfacción arroja también indicadores positivos, ya que el porcentaje de detractores es muy reducido casi marginal (el 2,2%) y el saldo entre promotores y detractores es claramente positivo, alcanzando el 51,2%.

Cuadro 2. Nivel de satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid (Valoración subjetiva del encuestado en una escala de 1 a 10)

	Media	Detractores ¹	Pasivos ²	Promotores ³	Saldo
Satisfacción general con la visita	8,56	2,2%	44,4%	53,4%	51,2%

1 Detractores: entre 1 y 6 puntos. 2 Pasivos: entre 7 y 8 puntos. 3 Promotores: entre 9 y 10 puntos.

El análisis de este indicador general según las diferentes características de los visitantes (véase anexo estadístico) permite señalar que existen determinados rasgos socio-demográficos que influyen en la valoración realizada, como:

- El nivel de estudios, en el que se observa una correlación positiva entre nivel y grado de satisfacción con la Comunidad de Madrid: los visitantes con mayor nivel de estudios (bachillerato, formación profesional o estudios universitarios) presentan una valoración media de 8,60 puntos frente a los 8,26 puntos de los que no tienen estudios.
- La situación laboral de los encuestados, siendo los estudiantes quienes alcanzan la mayor puntuación media (8,63 puntos frente a 8,56 puntos del total) y la más baja aquellos que se dedican a sus labores domésticas o se encuentran en situación de desempleo (8,40 puntos en ambos casos).

Cuadro 3. Nivel de satisfacción con los aspectos básicos de la oferta turística y de otras dotaciones generales de la Comunidad de Madrid (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción general con el alojamiento	8,18	7,5%	49,6%	42,9%	35,4%
Satisfacción general con el restaurante	8,02	8,6%	55,8%	35,6%	27,0%
Satisfacción general con la información recibida en las Oficinas de Información Turística	8,23	9,2%	44,6%	46,2%	37,0%
Satisfacción general con las infraestructuras turísticas	8,18	2,6%	39,3%	58,1%	55,5%
Satisfacción general con las infraestructuras básicas	7,95	5,9%	47,7%	46,4%	40,5%

(*) Los indicadores se han obtenido a partir de las valoraciones de los visitantes que declaran utilizar las diferentes infraestructuras o servicios (Véanse los tamaños muestrales en los siguientes apartados).

Si se examinan ahora los indicadores y las frecuencias de valoración para los grandes tipos de dotaciones turísticas y generales de la Comunidad (cuadro 3), se observa que los índices de mayor satisfacción media son los de los usuarios de las Oficinas de turismo, con 8,23 puntos sobre diez. Le siguen a continuación los del alojamiento y las infraestructuras turísticas (oferta de ocio y entretenimiento, oferta comercial, conservación de los monumentos, oferta cultural...) ambos con un 8,18 de media.

Sin embargo, si se atiende también a la frecuencia de las respuestas positivas y negativas, se observa que las infraestructuras turísticas son las que arrojan un saldo más positivo (un saldo del 55,5%).

A continuación se analizan cada uno de estos aspectos en sus diferentes dimensiones y cruzándolos con las características de los visitantes.

1.2. Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento

Como aclaración previa, es necesario tener en cuenta que solo responden a esta pregunta los visitantes que se han alojado en establecimientos turísticos reglados (hoteles, hostales, pensiones, campamentos, apartamentos, alojamientos de turismo rural o otros alojamientos reglados), tasa que representa el 43,7% sobre el total de encuestados.

Cuadro 4. Grado de satisfacción con el alojamiento (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción general	8,18	7,5%	49,6%	42,9%	35,4%
Calidad de la atención recibida	8,22	8,8%	46,2%	45,0%	36,2%
Oferta de alojamientos	8,16	9,2%	49,0%	41,8%	32,6%
Calidad del alojamiento	8,12	10,6%	49,0%	40,4%	29,8%
Disponibilidad de plazas	7,93	14,0%	47,4%	38,6%	24,6%
Precio del alojamiento	7,79	16,1%	50,6%	33,3%	17,2%
Valoración de la información recibida	8,37	6,4%	44,7%	48,8%	42,4%

(*) Sólo para los visitantes que pernoctan en algún alojamiento turístico reglado de la Comunidad (Base: 2.343).

La puntuación media que conceden al alojamiento en general es elevada y se sitúa en los 8,18 puntos de media. Además el saldo obtenido por diferencia entre promotores (el 42,9% del total) y detractores (el 7,5% del total) es elevado: el 35,4%.

La calidad de la atención recibida ha sido el aspecto mejor valorado (8,22 puntos). En segundo lugar se encuentra la oferta de alojamientos (8,16 puntos), seguido de la calidad de los mismos (8,12 puntos), mientras que los aspectos a los que ofrecen las valoraciones más bajas son la disponibilidad de plazas y el precio del alojamiento (7,93 y 7,79 puntos, respectivamente). Los saldos "promotores - detractores" están en consonancia con esas observaciones.

De manera general, los mayores de 55 años, junto con quienes se encuentran jubilados, son quienes mejores valoraciones conceden, mientras que al desagregar los resultados entre los intervalos de renta de la unidad familiar, son los visitantes que ingresan más de 54.000 euros quienes más satisfechos se muestran con todos los aspectos valorados.

Por otra parte, el nivel de estudios influye en la satisfacción de los viajeros con la calidad del alojamiento, puesto que cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es también la puntuación media concedida en este aspecto, pasando de 7,61 puntos entre quienes no tienen estudios a 8,22 puntos entre quienes disponen de estudios universitarios.

Gráfico 1. Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento



Además, a los viajeros que han solicitado alguna información en el alojamiento donde se hospedaban (43,4%), se les ha preguntado su satisfacción con dicha información, alcanzando una puntuación de 8,37 puntos. Al desagregar esta información entre “Detractores”, “Pasivos” y “Promotores”, destaca por sus diferencias respecto a la media, los trabajadores por cuenta propia quienes cuentan con puntuaciones medias de satisfacción más elevadas (8,57 puntos, frente a 8,44 puntos de los desempleados y los 8,37 puntos del total).

1.3. Valoración de los aspectos relacionados con el restaurante

A los visitantes que durante su estancia en la Comunidad de Madrid acudieron a algún restaurante (62,1% del total) se les ha preguntado cuál ha sido su satisfacción con diferentes aspectos relacionados del mismo y su satisfacción general con el restaurante.

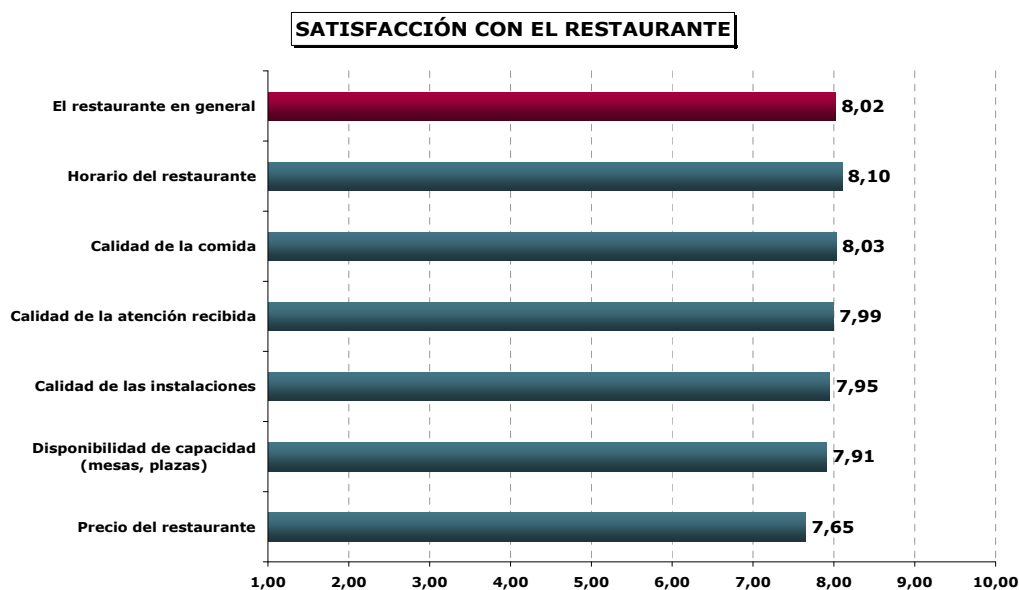
Cuadro 5. Grado de satisfacción con el restaurante (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción general	8,02	8,6%	55,8%	35,6%	27,0%
Horario del restaurante	8,10	8,6%	53,1%	38,3%	29,7%
Calidad de la comida	8,03	10,7%	52,9%	36,4%	25,7%
Calidad de la atención recibida	7,99	10,7%	52,7%	36,6%	25,9%
Calidad de las instalaciones	7,95	10,1%	58,2%	31,7%	21,6%
Disponibilidad de capacidad	7,91	12,8%	52,5%	34,7%	21,9%
Precio del restaurante	7,65	18,2%	54,0%	27,8%	9,6%

(*) Sólo para los visitantes que indican utilizar algún restaurante de la Comunidad (Base: 4.105)

El aspecto mejor valorado es el horario del restaurante, obteniendo una puntuación de 8,10 puntos en una escala de 1 a 10. En segundo lugar se encuentra la calidad de la comida (8,03 puntos), seguida de la calidad de la atención recibida (7,99 puntos), la calidad de las instalaciones (7,95 puntos) y la disponibilidad de mesas y plazas (7,91%), siendo el aspecto menor valorado el precio del restaurante (7,65 puntos). De este modo, la puntuación media del restaurante es de 8,02 puntos.

Gráfico 2. Valoración de los aspectos relacionados con el restaurante (*)



(*) Sólo para los visitantes que indican utilizar algún restaurante de la Comunidad (Base: 4.105).

Al desagregar estos resultados según variables socio-demográficas de los encuestados (edad, nivel de estudios, situación laboral, etc.) se observa una correlación positiva con el nivel de ingresos: los visitantes que cuentan con un nivel de ingresos en su unidad familiar superior a 54.000 euros son quienes mejores valoraciones ofrecen. Asimismo, la valoración está correlacionada con la edad: a mayor edad, mejor es la opinión sobre este tipo de establecimientos.

Respecto a la situación laboral, quienes se dedican a sus labores, han valorado mejor al restaurante al que acudieron (señalan puntuaciones de 9 o 10 puntos), destacando al tiempo su satisfacción con la calidad de las instalaciones.

1.4. Valoración de los aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas en la Comunidad de Madrid

1.4.1. Valoración de los aspectos relacionados con la Oficina de Información Turística

El 15,2% de los viajeros encuestados, acudieron a oficinas de información turística de la Comunidad, puntuando su satisfacción con la información recibida con una valoración elevada: 8,23 puntos sobre diez. Considerando el saldo obtenido entre las respuestas de los "Promotores" (puntuaciones de 1 a 10 puntos) y los Detractores (de 1 a 6 puntos) se observa que la valoración media con la oficina de información turística es muy positiva, alcanzando el 37%.

Cuadro 6. Grado de satisfacción con la información proporcionada por las Oficinas de Turismo de la Comunidad de Madrid (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Oficina de Información Turística	8,23	9,2%	44,6%	46,2%	37,0%

(*) Sólo para los visitantes que indican haber utilizado alguna Oficina de Información Turística de la Comunidad (Base: 865)

Atendiendo a las características socio-demográficas de los viajeros, las opiniones más positivas se obtienen entre aquellos que trabajan por cuenta propia (el 57,0% ofrece valoraciones de 9 o 10 puntos), los que cuentan con estudios medios - bachillerato, formación

profesional- (8,56 puntos frente a los 8,23 del total), y los de menor nivel de ingresos (menos de 12.000 €) con 8,34 puntos de valoración media.

1.4.2. Valoración de otros aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas

Si nos referimos ahora a otras infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid, la satisfacción general alcanza una valoración media de 8,18 puntos. La oferta de ocio y entretenimiento ha sido el aspecto turístico mejor valorado (8,28 puntos). A continuación se encuentra la oferta comercial (8,24 puntos), seguida de la conservación de los monumentos (8,21 puntos) y la oferta cultural (8,19 puntos), siendo la señalización turística el aspecto que menor puntuación recibe (7,92 puntos).

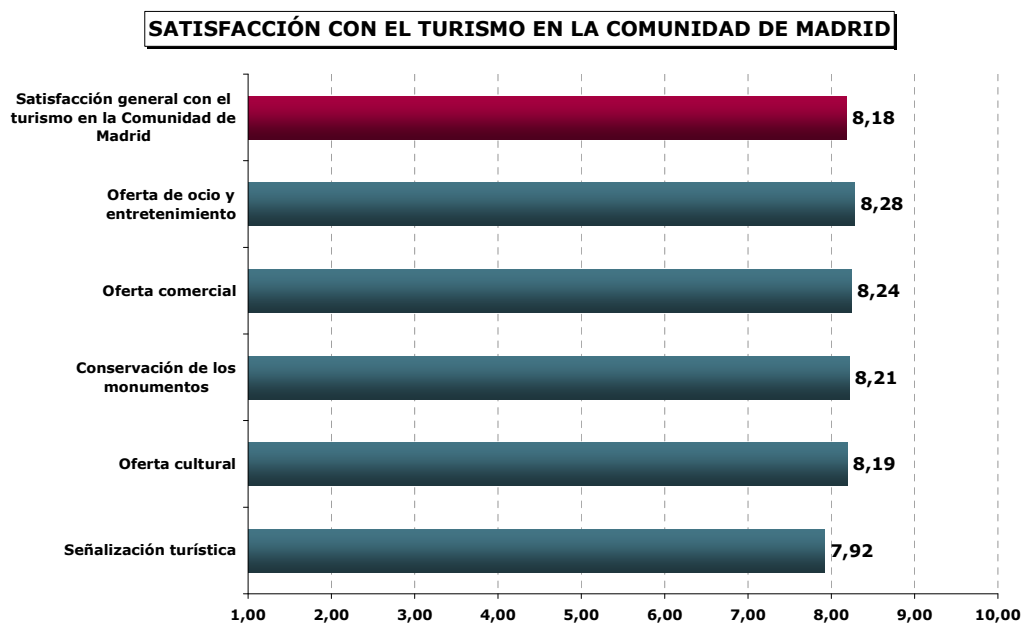
Cuadro 7. Grado de satisfacción con otros aspectos de la infraestructura turística de la Comunidad de Madrid (Valoración subjetiva del encuestado en una escala de 1 a 10)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción en general	8,18	2,6%	39,3%	58,1%	55,5%
Oferta de ocio y entretenimiento	8,28	7,7%	45,5%	46,8%	39,1%
Oferta comercial	8,24	8,0%	47,5%	44,5%	36,5%
Conservación de los monumentos	8,21	5,8%	53,2%	41,0%	35,2%
Oferta cultural	8,19	7,9%	48,6%	43,5%	35,6%
Señalización turística	7,92	13,3%	50,6%	36,1%	22,8%

Atendiendo a las características socio-demográficas de los viajeros destaca en este caso la residencia, ya que los visitantes residentes en el extranjero conceden puntuaciones más elevadas a la infraestructura turística (8,48 puntos) que los residentes en España (8,1 puntos). También los índices están influidos por las categorías de renta aunque en este caso sin seguir una pauta definida: los de mayor nivel de renta tiene los índices más altos (8,28 puntos) pero en las otras categorías no se sigue una correlación exacta entre mayores ingresos y mejor valoración.

Descendiendo a un análisis desagregado de cada uno de los aspectos incluidos en estas infraestructuras, es de nuevo la residencia del viajero el elemento que más segrega las opiniones de los encuestados: en particular, los extranjeros valoran de una manera muy significativa la oferta comercial (8,55 puntos frente a los 8,18 de los españoles), la conservación de los monumentos (8,53 puntos frente a los 8,14 de los españoles) y la oferta cultural (8,69 puntos frente a los 8,09 de los españoles).

Gráfico 3. Grado de satisfacción con otros aspectos de la infraestructura turística de la Comunidad de Madrid



1.5. Valoración de las infraestructuras generales y otros aspectos básicos de la Comunidad de Madrid

En cuanto a la satisfacción con aspectos básicos de la Comunidad de Madrid, el que ha recibido una mayor valoración ha sido el aeropuerto (8,60 puntos de diez). A continuación se encuentra la satisfacción con la estación de tren (8,27 puntos), con el paisaje urbano (8,17 puntos) y con el clima (8,04 puntos).

Cuadro 8. Grado de satisfacción con la infraestructuras básicas y otros aspectos generales de la Comunidad de Madrid (Valoración subjetiva del encuestado en una escala de 1 a 10)

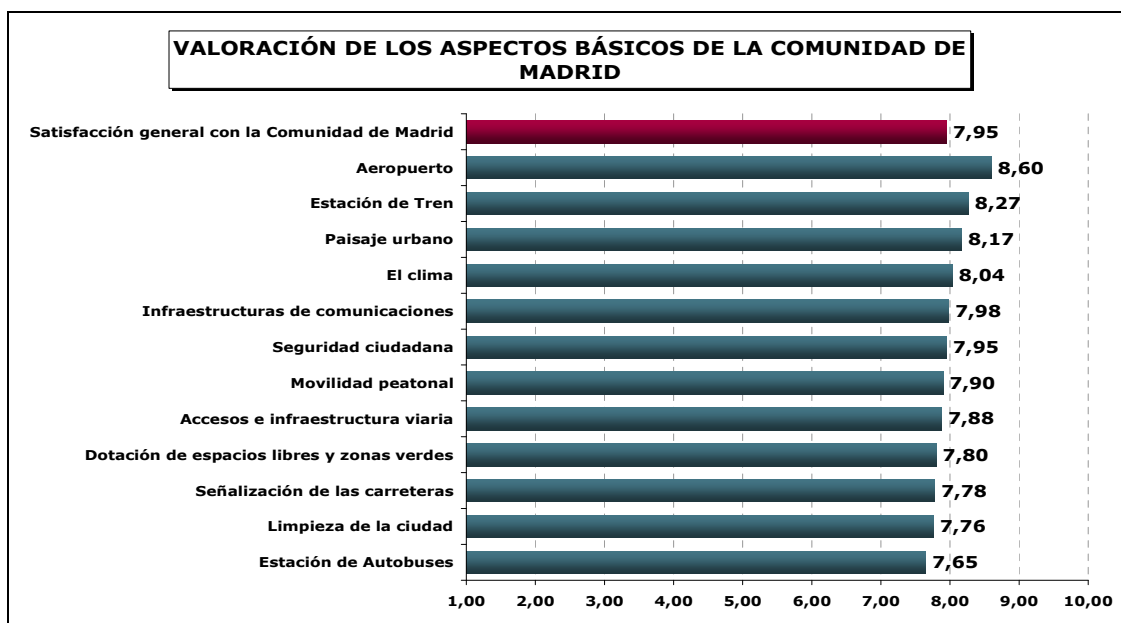
	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción en general	7,95	5,9%	47,7%	46,4%	40,5%
Aeropuerto ^(*)	8,60	4,5%	38,6%	56,9%	52,4%
Estación de Tren ^(*)	8,27	4,8%	49,6%	45,6%	40,8%
Paisaje urbano	8,17	8,1%	50,0%	41,9%	33,8%
El clima	8,04	11,5%	48,0%	40,5%	29,0%
Infraestructuras de comunicaciones	7,98	9,8%	56,3%	33,9%	24,1%
Seguridad ciudadana	7,95	12,9%	48,7%	38,4%	25,5%
Movilidad peatonal	7,90	13,3%	52,0%	34,7%	21,4%
Accesos e infraestructura viaria	7,88	11,2%	58,1%	30,7%	19,5%
Dotación de espacios libres y zonas verdes	7,80	14,8%	53,0%	32,2%	17,4%
Señalización de las carreteras	7,78	14,8%	54,8%	30,4%	15,6%
Limpieza de la ciudad	7,76	15,5%	52,9%	31,6%	16,1%
Estación de Autobuses ^(*)	7,65	20,4%	46,5%	33,1%	12,7%

(*) Solo entre los visitantes que utilizaron las instalaciones: Aeropuerto: 1917; Autobús 571; Tren: 289.

Con puntuaciones menores a 8 puntos se sitúa la satisfacción con las infraestructuras de comunicaciones (7,98 puntos), con la seguridad ciudadana (7,95 puntos), con la movilidad peatonal (7,90 puntos) y con accesos e infraestructura viaria (7,88 puntos). Seguidamente

se encuentra la dotación de espacios libres y zonas verdes (7,80 puntos), la señalización de las carreteras (7,78 puntos), la limpieza de la ciudad (7,76 puntos) y en último lugar la estación de autobuses (7,65 puntos).

Gráfico 4. Valoración satisfacción con las infraestructuras básicas y otros aspectos generales de la Comunidad de Madrid



Con ello, la satisfacción general alcanzada con estas infraestructuras básicas de la Comunidad de Madrid se sitúa en 7,95 puntos sobre diez. Asimismo, se observa que los visitantes a la Comunidad se encuentran satisfechos en todos los aspectos valorados, ya que las respuestas de los “Promotores” son superiores a las de los “Detractores”.

A continuación se analizan algunos de los aspectos citados destacando las características socio-demográficas que más influyen en las puntuaciones de grado de satisfacción concedidas por los visitantes.

Respecto a la estación de tren, quienes mejores valoraciones conceden son los visitantes de edad media (25 a 34 años: 8,33 puntos frente a los 8,27 del total) y los más jóvenes (16 a 24 años: un 8,29 de media). También conceden puntuaciones elevadas quienes indican que en su unidad familiar cuentan con 30.000 euros o menos (8,46 puntos) y quienes se han alojado en establecimientos no reglados (8,28 puntos frente a los 8,04 de los turistas alojados en establecimientos reglados).

La satisfacción con el paisaje urbano de la Comunidad de Madrid es más elevada a medida que se incrementa en nivel de ingresos de la unidad familiar, pasando de 7,99 puntos entre quienes cuentan con menos de 12.000 euros a 8,44 entre quienes cuentan con más de 54.000 euros. De igual modo, cuanto mayor es el nivel de estudios, mayor es la satisfacción con el paisaje urbano de la ciudad. Así, quienes no tienen estudios ofrecen una valoración media de 7,50 puntos, que se incrementa a 8,31 puntos entre los que cuentan con estudios universitarios.

Respecto al clima de la Comunidad, quienes más satisfechos se muestran con el mismo son los jubilados (8,24 puntos). Además, las valoraciones de satisfacción crecen cuanto mayor es el nivel de ingresos de la unidad familiar, pasando de 7,79 puntos entre quienes cuentan con menos de 12.000 a 8,44 puntos entre quienes ganan más de 54.000 euros.

La seguridad ciudadana está mejor valorada cuanto mayor es el intervalo de ingresos de la unidad familiar: de un índice medio de 7,75 euros entre quienes cuentan con menos de 12.000 euros, se pasa a 8,37 entre quienes cuentan con más de 54.000 euros.

En el grado de satisfacción con la movilidad peatonal, influye de nuevo como variable determinante la residencia del viajero: los visitantes extranjeros puntúan como media con 8,24 puntos frente a los 7,83 de los visitantes españoles.

En cuanto a los accesos e infraestructura viaria, es la edad de los encuestados el aspecto que más influye en la valoración: quienes menos satisfechos se encuentran son los visitantes de 16 a 24 años (7,80 puntos), aumentando su nivel de satisfacción al tiempo que lo hace su edad (7,98 puntos entre los mayores de 55 años).

La valoración de la dotación de espacios libres y zonas verdes se incrementa a medida que lo hace el nivel de ingresos de la unidad familiar, pasando de 7,61 puntos entre quienes tienen menos de 12.000 euros hasta 7,87 puntos entre quienes cuentan con más de 54.000 euros. La menor puntuación de satisfacción se obtiene entre los visitantes con menor nivel de estudios (7,52 puntos), incrementándose hasta los 7,80 puntos entre quienes cuentan con estudios universitarios, hecho que también se observa en la satisfacción de los visitantes con la señalización de las carreteras, pasando de 7,30 puntos entre quienes no tienen estudios a 7,81 puntos entre quienes cuentan con estudios universitarios.

La limpieza de la ciudad, principalmente ha sido bien valorada por los jubilados (8,03 puntos), quienes mayor nivel de ingresos tienen en su unidad familiar (de 7,59 puntos entre quienes cuentan con menos de 12.000 euros a 8,16 puntos entre quienes cuentan con más de 54.000) y entre los extranjeros (8,11 puntos frente a los 7,68 puntos de los visitantes españoles). Las valoraciones están también influidas por el nivel de estudios: los índices menores corresponden a los visitantes sin estudios (7,42 puntos), incrementándose su satisfacción hasta los 7,90 puntos entre quienes cuentan con estudios universitarios.

Por último, el aspecto peor valorado ha sido la estación de autobuses (7,65 puntos). No obstante, se obtienen puntuaciones más positivas en determinados grupos de viajeros: los trabajadores por cuenta propia son los más satisfechos con la estación de autobuses (8,38 puntos), al igual que quienes se encuentran en un intervalo de ingresos de entre 30.000 y 54.000 euros (8,30 puntos).

1.6. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid

La probabilidad de volver a visitar la Comunidad de Madrid es elevada: 8,07 puntos sobre diez. Reagrupando las respuestas de los visitantes según las puntuaciones concedidas, se observa que el 50,4% ofrecieron valoraciones de 9 o 10 puntos ("Promotores"), el 36,2% de 7 u 8 puntos ("Pasivos") y el 13,4% de 6 puntos o menos ("Detractores"), es decir, son mayoría los visitantes que tienen intención de repetir la visita.

Cuadro 9. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total	8,07	13,4%	36,2%	50,4%	37,0%
Residencia: España	8,42	7,1%	39,2%	53,7%	46,6%
Residencia: Extranjero	6,36	44,3%	21,7%	34,0%	-10,3%

(*) Probabilidad de volver a visitar la Comunidad de Madrid en los próximos 12 meses en una escala indicativa: 1: Poco probable; 10, muy probable.

Aquí sin embargo en este caso, se presentan unos resultados atípicos en lo referente a los extranjeros: aparentemente, es mayor el porcentaje de "detractores" que de "promotores". La explicación es sencilla: esta es una de las variables que más se ven influidas por el ya

mencionado colectivo de turistas extranjeros que acceden a la Comunidad por el motivo de asistencia a la JMJ; un fenómeno de dimensiones muy relevantes para el turismo en la región, (con los datos adecuadamente ponderados, el % de visitantes extranjeros por este motivo fue del 44%) y con unos efectos claramente positivos sobre la economía de la región.

Sin embargo, no cabe duda de que la importancia de ese colectivo influye en esta pregunta en la que se le pide al entrevistado acerca de su probabilidad de visitar la Comunidad en un periodo corto de tiempo. Como constatación de esta influencia estadística, los datos correspondientes a los visitantes extranjeros para esta pregunta, sin contar los que acuden para asistir a la JMJ, serían los siguientes:

Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid entre los visitantes extranjeros, sin incluir a los visitantes cuyo motivo principal es asistir a la JMJ

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Residencia: Extranjero	7,91	21,7	27,0	51,3	29,6

Al desagregar los resultados obtenidos entre las variables socio-demográficas se advierte que los visitantes más jóvenes (de 16 a 24 años), son quienes volverían a visitar la Comunidad de Madrid con menor probabilidad (el 23,8% ofrecen valoraciones entre 1 y 6 puntos, frente al 13,4% del total), al igual que ocurre entre quienes no tienen estudios (23,8% de “Detractores”), los estudiantes (29,0%), quienes acuden por primera vez a la Comunidad (26,0%) y los viajeros (31,4%). En cuanto a la nacionalidad, el 44,3% de los visitantes extranjeros se posiciona en el grupo de “Detractores” (valoraciones de entre 1 y 6 puntos).

Teniendo en cuenta la Comunidad Autónoma de residencia de los visitantes españoles, destacan los procedentes de Canarias y Navarra por ser quienes indican una menor probabilidad (valoraciones de 1 a 6 puntos) de regreso a la Comunidad de Madrid (28,2% y 24,5%, frente a la media general de los españoles que es del 7,1%). A continuación se encuentran los residentes en Galicia (20,4%), País Vasco (19,4%), Cataluña (19,2%) y Andalucía (17,6%).

Si por otra parte se analizan los visitantes extranjeros, quienes señalan con mayor probabilidad que volverían a visitar la Comunidad de Madrid son los residentes en Méjico (53,2% de valoraciones de 9 o 10 puntos, cuando la media es de 34,0%) y los residentes en Venezuela (53,0% de valoraciones de 9 o 10 puntos). Además, los visitantes de estos dos países, junto con los franceses (42,1% de “Promotores”), son los únicos que arrojan un saldo positivo (calculado como la diferencia de “Promotores”, es decir aquellos que señalan una probabilidad de regreso de 9 o 10 puntos y “Detractores”, cuya probabilidad de regreso está entre 1 y 6 puntos). Concretamente, los residentes de Méjico cuentan con un saldo de 23,2 puntos porcentuales, Venezuela de 20,0 puntos porcentuales y Francia de 10,7 puntos porcentuales.

1.7. Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid

Un aspecto complementario del anterior a la hora de evaluar la opinión real obtenida por el viajero sobre la Comunidad de Madrid es la probabilidad de que el viajero recomiende a terceras personas (familiares, amigos) realizar en el futuro viajes a la Comunidad de Madrid

Cuadro 10. Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total	8,73	3,0%	35,0%	62,0%	59,0%
Residencia: España	8,69	3,0%	36,5%	60,5%	57,5%
Residencia: Extranjero	8,90	2,6%	27,9%	69,5%	66,9%

(*) Probabilidad de recomendar a los amigos y/o familiares visitar la Comunidad de Madrid en una escala indicativa: 1: Poco probable; 10, muy probable.

Como puede verse se han obtenido unas medias muy notables para el conjunto de los viajeros: en una escala de uno a diez puntos la probabilidad de recomendar la visita a la Comunidad de Madrid, se obtiene una media de 8,73 puntos. Pero lo más destacable de este cuadro es que la media y las frecuencias obtenidas son mejores en el caso de los extranjeros que en el caso de los españoles: en los extranjeros la probabilidad de recomendar a la C. Madrid como un destino es del 8,9 y los promotores suponen casi el 70% de los encuestados, en tanto que para los españoles, las cifras son elevadas pero menores, con un 8,69 de media y un porcentaje de promotores del 60,5%.

Es decir, si no se entrara en ningún detalle, parecería que existe una contradicción entre los resultados obtenidos por el índice de "probabilidad de repetir la visita" examinado en el apartado anterior, y este índice de recomendación.

La explicación es el ya mencionado efecto que en los extranjeros tiene esa circunstancia excepcional del JMJ: ven difícil repetir a corto plazo la visita, pero en cambio se convierten en grandes promotores de la C. Madrid como destino turístico a la hora de recomendarlo a familiares o amigos.

Además, a medida que aumenta el nivel de estudios de los visitantes lo hace también la probabilidad de recomendar como destino del viaje a la Comunidad, pasando de 8,02 puntos entre los visitantes sin estudios a 8,82 puntos entre aquellos que cuentan con estudios universitarios.

Teniendo en cuenta la situación laboral, son los estudiantes quienes ofrecen la probabilidad de recomendación más alta (8,81 puntos).

1.8. Grado de cumplimiento de expectativas en la visita la Comunidad de Madrid

En una escala de uno a diez puntos, los visitantes de la Comunidad de Madrid ven cumplidas sus expectativas en 8,73 puntos, y si se diferencia por lugar de residencia, siendo la valoración de los visitantes extranjeros, más positiva, con 8,87 puntos de media, que la ya elevada de los visitantes españoles, con un 8,7.

Cuadro 11. Grado de cumplimiento de las expectativas del viajero con la visita a la Comunidad de Madrid (*)

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total	8,73	2,3%	36,0%	61,7%	59,4%
Residencia: España	8,70	2,4%	36,8%	60,8%	58,4%
Residencia: Extranjero	8,87	1,8%	31,8%	66,4%	64,6%

(*) En una escala indicativa donde 1 significa que el viaje no ha cumplido en absoluto las expectativas del encuestado y 10 que ha cumplido totalmente con sus expectativas)

1.9. Grado de satisfacción y valoración: Resumen de los resultados.

En este apartado se resumen las características de la evaluación de la Región realizada por los visitantes:

- El nivel de satisfacción con la visita a la Comunidad de Madrid es muy elevado: se sitúa en 8,56 puntos sobre diez.
- En cuanto a los aspectos relacionados con el alojamiento, la puntuación media concedida es de 8,18 puntos, siendo la calidad de la atención recibida el aspecto mejor valorado (8,22 puntos).
- Si por otra parte, se analiza la satisfacción con aspectos relacionados con el restaurante, se detecta que la valoración media se encuentra en 8,02 puntos. Esta valoración es superada tanto por el horario del restaurante (8,10 puntos), como por la calidad de la comida (8,03 puntos).
- La satisfacción de los visitantes con los aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid alcanza una puntuación media de 8,18 puntos, siendo la oferta de ocio y entretenimiento el aspecto con el que se encuentran más satisfechos (8,28 puntos).
- Respecto a la valoración de aspectos básicos de la Comunidad, la valoración media concedida es de 7,95 puntos y en este caso es superada por la valoración del aeropuerto (8,60 puntos), del tren (8,27 puntos), del paisaje urbano (8,17 puntos), del clima (8,04 puntos) y de las infraestructuras de comunicaciones (7,98 puntos).
- La probabilidad de volver a visitar la Comunidad de Madrid es de 8,07 puntos, mientras que la probabilidad de recomendar la visita a familiares o amigos y el grado de cumplimiento de las expectativas generadas antes del viaje asciende a 8,73 puntos en ambos casos.

2. MODELO DE SATISFACCIÓN CON LA VISITA A LA COMUNIDAD DE MADRID

2.1. Un modelo estadístico de valoración del viaje

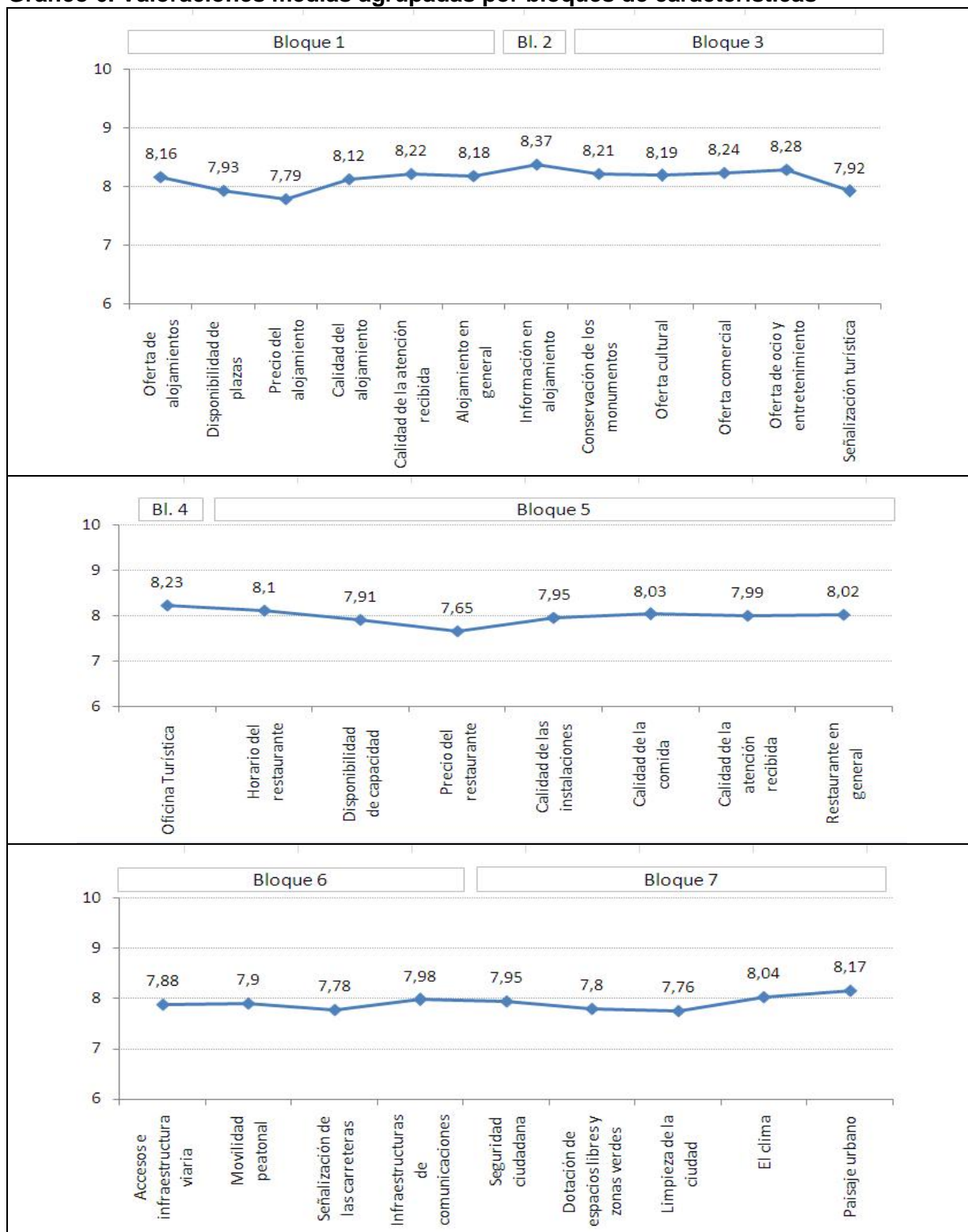
El objetivo de este apartado es la creación un modelo estadístico que explique el grado de satisfacción de los visitantes de la Comunidad de Madrid, y de esta forma cerciorarse de cuáles son las variables que más influencia tienen en la misma.

Para ello en primer lugar se ha realizado un análisis factorial destinado a agrupar toda la información de las variables en las que se mide el grado de satisfacción de los visitantes (sobre el alojamiento y la información que recibieron en el mismo, sobre las infraestructuras turísticas, sobre la información recibida en la oficina de turismo, infraestructuras básicas, etc.) en una serie de bloques- resumen homogéneos. Son en concreto siete bloques:

- Bloque "alojamiento", que recoge las variables que miden la satisfacción con el alojamiento (6 ítems).
- Información recibida en el alojamiento, (1 ítem) que se recoge de forma aislada en un solo bloque, por sus rasgos diferenciales.
- El que abreviadamente se ha denominado "bloque turismo CM", (5 ítems) que recoge los indicadores de satisfacción con las infraestructuras turísticas (conservación de monumentos, oferta cultural, etc.) a excepción de la pregunta siguiente.
- Bloque "Inf. Of. Tur", que es de nuevo un bloque unidimensional referente a la satisfacción con la oficina de turismo. Se le da un tratamiento diferenciado por sus características singulares.
- Bloque restaurante, (7 ítems) referido a los aspectos de valoración de estos servicios.
- Por último, las variables que recogen la satisfacción con aspectos e infraestructuras básicas de la Comunidad de Madrid, han dado lugar a dos bloques de información. Uno de ellos está formado por variables referentes a infraestructuras, señalización y movilidad (4 ítems) y se ha denominado bloque CM y el otro por las variables más relacionadas con el entorno y el clima (5 ítems) recibiendo el nombre de CM Paisaje.

No se han incluido las variables referentes a la estación de tren, la estación de autobuses y al aeropuerto, debido a que no resultaban representativas, puesto que el número de visitantes que valoró su satisfacción con ellas era reducido. No obstante, como se expondrá a continuación, los visitantes que llegan a la Comunidad en avión (19,5%) sí son relevantes para la creación del modelo que explica la satisfacción con la visita a la Comunidad de Madrid.

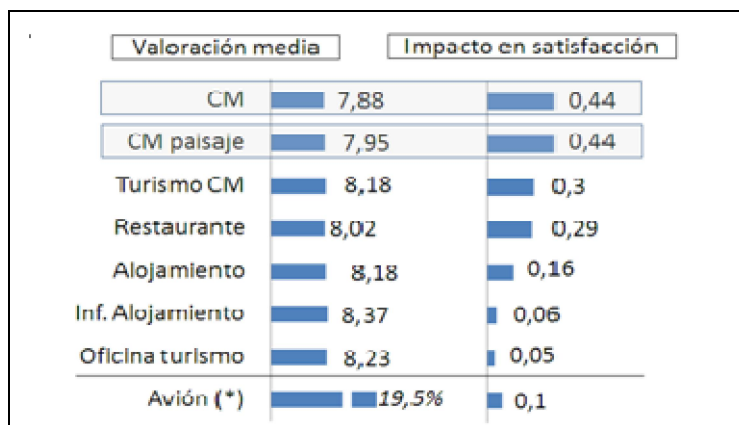
Gráfico 6. Valoraciones medias agrupadas por bloques de características



A partir de aquí se ha aplicado la Técnica de Ecuaciones Estructurales, en primer lugar para confirmar la estructura que definen los siete bloques de información (junto con la variable categórica que recoge el porcentaje de visitantes que llegaron en avión) y en segundo lugar para conocer la importancia de cada uno de ellos, (*las dimensiones del modelo*), sobre la satisfacción general con el viaje a la Comunidad de Madrid.

Una vez verificada la calidad del modelo en términos de bondad del ajuste¹ los resultados, se resumen en el gráfico 7. Los factores que más contribuyen a la satisfacción general son CM (formado por variables referentes a infraestructuras, señalización y movilidad de la Comunidad) y CM Paisaje (formado a partir variables relacionadas con el entorno y el clima), puesto que cuentan con el mayor impacto (0,44). No obstante, al mismo tiempo son las dimensiones con las que menos satisfechos se muestran los usuarios.

Gráfico 7. Relación causa/efecto: Impacto de cada bloque en el índice de la satisfacción global (*)



(*) Variable categórica: El valor de la columna izquierda corresponde al % de viajeros.

El tercer factor en importancia es el factor Turismo (0,30) que cuenta con un nivel de satisfacción de 8,18 puntos, seguido del factor Restaurante (0,29 y 8,02 puntos en importancia y satisfacción, respectivamente) y el factor Alojamiento (0,16 y 8,18 puntos en importancia y satisfacción, respectivamente).

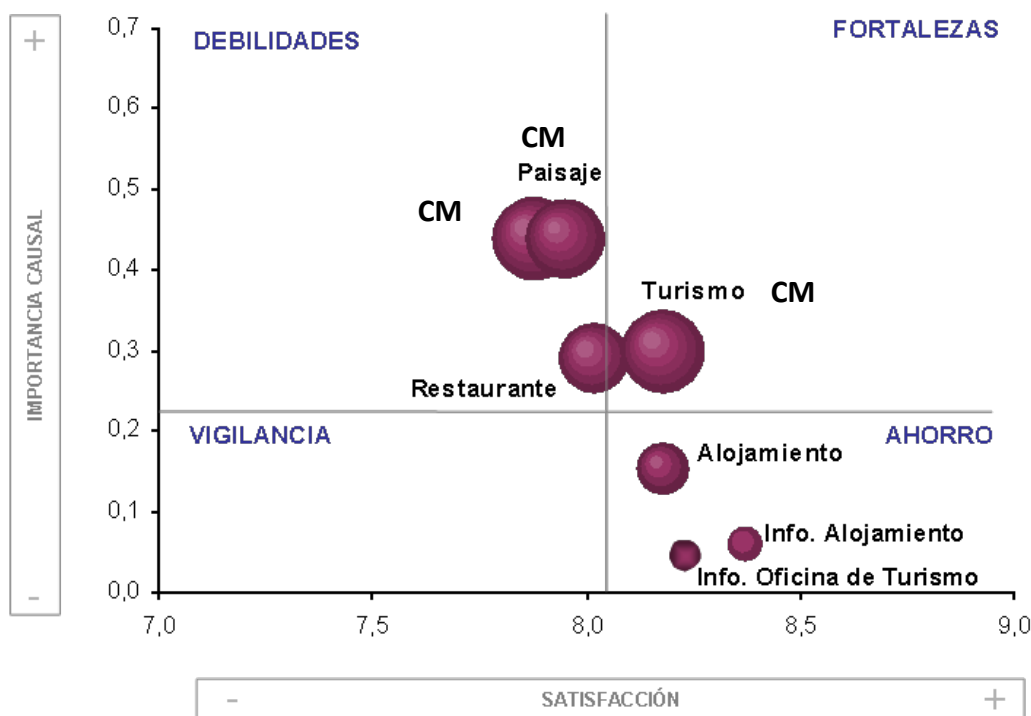
La importancia en la satisfacción con la Comunidad de Madrid es de 0,10 entre quienes llegan en avión, siendo menos relevantes la información recibida en el alojamiento (0,06) y en la oficina de turismo (0,05), aunque por el contrario cuentan con las mayores puntuaciones en satisfacción (8,37 y 8,23 puntos respectivamente).

¹ La bondad de ajuste del modelo planteado es elevada, puesto que el RMSEA se encuentra muy por debajo de 0,6 y el resto de indicadores obtenidos en el análisis (NFI, RFI...) son superiores a 0,9 en todos los casos.

2.2. Matriz de posicionamiento estratégico

Una vez confirmada la validez del modelo se representan las puntuaciones de impacto y satisfacción en una matriz, (gráfico 8) en la que el volumen permite visualizar el peso de los visitantes en cada dimensión analizada. Esta matriz se divide en cuatro cuadrantes, dependiendo de la puntuación de satisfacción y el nivel de importancia de cada uno de ellos. A continuación se explica lo que representa cada uno.

Gráfico 8. Matriz de posicionamiento estratégico (*)



(*) El volumen de las esferas permite visualizar el peso de los visitantes en cada bloque de información analizado.

Cuadrante superior izquierdo: DEBILIDADES

En este cuadrante se sitúan las dimensiones que constituyen una prioridad de mejora en las medidas a tomar para incrementar la satisfacción global de los visitantes. Se trata de dimensiones que se han valorado por debajo de la media y sin embargo son consideradas más importantes que la media.

Cuadrante inferior izquierdo: VIGILANCIA

En este cuadrante se localizan los aspectos que los visitantes consideran menos importantes que la media y además su satisfacción con ellos también se sitúa por debajo de la media. Sobre estas dimensiones no resulta tan prioritario actuar como en el caso de las ubicadas en el cuadrante de “debilidades”. Sin embargo, influyen negativamente en la satisfacción de los visitantes y es conveniente establecer medidas de mejora o, en su defecto, vigilar cómo evolucionan, dado que en el caso de que se incrementase la importancia que les conceden pasarían a formar parte del cuadrante de “debilidades”.

Cuadrante inferior derecho: AHORRO

En este cuadrante se encuentran las dimensiones que son menos importantes para los visitantes y, sin embargo, las valoran más favorablemente que la media. Contribuyen, por tanto, a mejorar la satisfacción general de los visitantes pero en menor medida que la media, al ser consideradas menos importantes. Por este motivo no es necesario establecer medidas de mejora sobre ellas, dado que en estos aspectos ya se obtiene una valoración

por encima de la media y las mejoras no supondrán un incremento acusado de la satisfacción general de los visitantes.

Cuadrante superior derecho: FORTALEZAS

En este cuadrante se sitúan las dimensiones que los visitantes consideran más importantes que la media y además su grado de satisfacción con ellas también es superior a media. Estos aspectos son, por tanto, los que más positivamente influyen en la satisfacción de los visitantes, por lo que únicamente se requiere mantenerlos.

En concreto, en la matriz de impacto y satisfacción con el viaje a la Comunidad de Madrid se puede extraer la siguiente información.

DEBILIDADES

La dimensión referente a las infraestructuras, señalización y movilidad de la Comunidad de Madrid (CM), junto con la referente al entorno y al paisaje (CM Paisaje) son las que los visitantes consideran más importantes. No obstante, la satisfacción de los visitantes con las mismas es inferior a la media e incluso es más baja que la observada con el resto de dimensiones (7,88 y 7,95 puntos, respectivamente), motivo por el cual se han considerado debilidades.

Por lo tanto, es en estas dimensiones en las que es prioritario actuar, es decir, poner en marcha medidas encaminadas a incrementar el nivel de satisfacción de los visitantes puesto que son las dimensiones que más contribuyen al incremento de la satisfacción general con el viaje. Concretamente, se puede afirmar que al aumentar en un punto la satisfacción con estas dimensiones, la valoración general del viaje se incrementará en 0,44 puntos.

Además, si la satisfacción de los visitantes con estas dimensiones crece hasta posicionarse por encima de la media general, estas dimensiones pasarían a convertirse en fortalezas para la Comunidad de Madrid.

La misma situación, pero en menor medida, se observa en la dimensión referente los restaurantes de la Comunidad, puesto que los visitantes la consideran importante, pero su satisfacción con ella es inferior a la media (0,29 puntos en importancia y 8,02 puntos en satisfacción).

AHORRO

En cuanto a las dimensiones en las que se representa el alojamiento, la información recibida en el mismo y la información recibida en las oficinas de turismo, se puede observar que aunque cuentan con valoraciones altas en satisfacción, la importancia que tienen para los visitantes es inferior a la media.

Esta situación se traduce en que aunque la satisfacción con estas dimensiones se incrementara, el impacto en la satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid sería muy reducido, motivo por el cual no es prioritario establecer medidas de mejora sobre ellas. No obstante, es sí conveniente estudiar su evolución en el tiempo, puesto que si se incrementara la importancia concedida por los visitantes pasarían a convertirse en puntos fuertes.

FORTALEZAS

La dimensión del Turismo en la Comunidad de Madrid cuenta con puntuaciones por encima de la media tanto en importancia como en satisfacción, por lo que se puede considerar un punto fuerte de la Comunidad.

Es decir, los visitantes consideran importantes aspectos como la conservación de los monumentos, la oferta cultural, la oferta comercial, la oferta de ocio y entretenimiento y la señalización turística, y al tiempo, su satisfacción con los mismos es alta. Por ello, es necesario mantener esta posición, dado que si la satisfacción de los visitantes con ellos descendiera podría llegar a situarse en el cuadrante de debilidades.

ANEXO. TABULACIÓN DETALLADA

A.1 Nivel de satisfacción general con la visita a la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores ¹	Pasivos ²	Promotores ³	Saldo
Satisfacción general con la visita		8,56	2,2%	44,4%	53,4%	51,2%
Nacionalidad	Español	8,51	2,4%	46,1%	51,5%	49,1%
	Extranjero	8,80	1,2%	36,3%	62,5%	61,3%
Situación laboral	Estudiante	8,63	1,9%	45,7%	52,4%	50,5%
	Amo/a de casa	8,40	0,7%	55,2%	44,1%	43,4%
	Jubilado/a	8,53	0,5%	49,9%	49,6%	49,1%
	Desempleado/a	8,40	4,1%	51,5%	44,4%	40,3%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,58	2,1%	43,0%	54,9%	52,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,53	3,9%	42,5%	53,6%	49,7%
	Ns/Nc	8,55	3,8%	36,7%	59,5%	55,7%

1 Detractores: entre 1 y 6 puntos. 2 Pasivos: entre 7 y 8 puntos. 3 Promotores: entre 9 y 10 punto

A.2 Valoración de los aspectos relacionados con el alojamiento

A.2.1 Resumen de valoraciones sobre el alojamiento

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción general	8,18	7,5%	49,6%	42,9%	35,4%
Calidad de la atención recibida ^(*)	8,22	8,8%	46,2%	45,0%	36,2%
Oferta de alojamientos ^(*)	8,16	9,2%	49,0%	41,8%	32,6%
Calidad del alojamiento ^(*)	8,12	10,6%	49,0%	40,4%	29,8%
Disponibilidad de plazas ^(*)	7,93	14,0%	47,4%	38,6%	24,6%
Precio del alojamiento ^(*)	7,79	16,1%	50,6%	33,3%	17,2%
Información recibida ^(**)	8,37	6,4%	44,7%	48,8%	42,4%

(*) Sólo para los visitantes que pernoctan en algún alojamiento turístico reglado de la Comunidad (Base: 2.323).

(**) Sólo para los visitantes que pernoctan en algún alojamiento turístico reglado de la Comunidad y solicitaron información (Base: 1.071).

A.2.2 Satisfacción general con el alojamiento según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
Satisfacción general	8,18	7,5%	49,6%	42,9%	35,4%	
Edad	Entre 16 y 24 años	7,87	15,1%	51,9%	33,0%	17,9%
	Entre 25 y 34 años	8,18	8,1%	49,7%	42,2%	34,1%
	Entre 35 y 44 años	8,25	5,2%	49,5%	45,3%	40,1%
	Entre 45 y 54 años	8,27	4,4%	51,1%	44,5%	40,1%
	Más de 55 años	8,35	3,5%	43,3%	53,2%	49,7%
Situación laboral	Estudiante	7,82	16,6%	51,5%	31,9%	15,3%
	Jubilado/a	8,45	2,0%	39,4%	58,6%	56,6%
	Desempleado/a	8,14	7,9%	48,4%	43,7%	35,8%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,20	6,8%	50,5%	42,7%	35,9%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,41	3,4%	45,9%	50,7%	47,3%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,9	12,7%	55,5%	31,8%	19,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,06	8,7%	54,1%	37,2%	28,5%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,34	6,0%	42,6%	51,4%	45,4%
	Más de 54.000 euros	8,54	3,3%	36,9%	59,8%	56,5%
	Ns/Nc	8,18	7,1%	50,3%	42,6%	35,5%

(*) Sólo para los visitantes que pernoctan en algún alojamiento turístico reglado de la Comunidad (Base: 2.323).

A.2.3 Valoración de la atención recibida en el alojamiento según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Calidad de la atención recibida		8,22	8,8%	46,2%	45,0%	36,2%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,84	17,0%	48,3%	34,7%	17,7%
	Entre 25 y 34 años	8,22	7,8%	48,0%	44,2%	36,4%
	Entre 35 y 44 años	8,32	7,0%	45,8%	47,2%	40,2%
	Entre 45 y 54 años	8,27	7,3%	45,1%	47,6%	40,3%
	Más de 55 años	8,49	5,6%	39,1%	55,3%	49,7%
Situación laboral	Estudiante	7,72	20,3%	46,5%	33,2%	12,9%
	Jubilado/a	8,47	4,0%	46,4%	49,6%	45,6%
	Desempleado/a	7,98	9,9%	54,1%	36,0%	26,1%
	Trab. por cuenta ajena	8,29	7,2%	46,1%	46,7%	39,5%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,34	5,1%	45,7%	49,2%	44,1%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,8	10,9%	57,3%	31,8%	20,9%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,11	10,4%	47,5%	42,1%	31,7%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,34	6,5%	45,2%	48,3%	41,8%
	Más de 54.000 euros	8,5	6,6%	31,0%	62,4%	55,8%
	Ns/Nc	8,26	8,8%	45,8%	45,4%	36,6%

A.2.4 Valoración de la oferta de alojamientos según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Oferta de alojamientos		8,16	9,2%	49,0%	41,8%	32,6%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,8	16,1%	52,6%	31,3%	15,2%
	Entre 25 y 34 años	8,15	9,5%	47,8%	42,7%	33,2%
	Entre 35 y 44 años	8,28	6,7%	48,1%	45,20%	38,5%
	Entre 45 y 54 años	8,16	7,9%	54,6%	37,5%	29,6%
	Más de 55 años	8,51	4,8%	39,6%	55,6%	50,8%
Situación laboral	Estudiante	7,74	17,2%	54,9%	27,9%	10,7%
	Jubilado/a	8,53	4,7%	41,8%	53,5%	48,8%
	Desempleado/a	7,98	13,2%	45,3%	41,5%	28,3%
	Trab. por cuenta ajena	8,19	8,1%	50,0%	41,9%	33,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,36	7,0%	42,4%	50,6%	43,6%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,64	16,3%	54,8%	28,9%	12,6%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,07	10,2%	50,8%	39,0%	28,8%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,21	8,3%	46,1%	45,6%	37,3%
	Más de 54.000 euros	8,62	3,3%	31,5%	65,2%	61,9%
	Ns/Nc	8,23	8,6%	50,0%	41,4%	32,8%

A.2.5 Valoración de la calidad del alojamiento según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Calidad del alojamiento		8,12	10,6%	49,0%	40,4%	29,8%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,70	20,4%	50,0%	29,6%	9,2%
	Entre 25 y 34 años	8,11	10,3%	51,7%	38,0%	27,7%
	Entre 35 y 44 años	8,19	7,9%	49,6%	42,5%	34,6%
	Entre 45 y 54 años	8,28	8,2%	46,2%	45,6%	37,4%
	Más de 55 años	8,45	5,1%	42,0%	52,9%	47,8%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,89	12,6%	57,1%	30,3%	17,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,05	13,7%	46,4%	39,9%	26,2%
	Estudios universitarios	8,22	8,2%	48,5%	43,3%	35,1%
Situación laboral	Estudiante	7,64	22,7%	48,6%	28,7%	6,0%
	Jubilado/a	8,43	4,1%	50,3%	45,6%	41,5%
	Desempleado/a	7,93	12,1%	61,3%	26,6%	14,5%
	Trab. por cuenta ajena	8,18	9,3%	49,1%	41,6%	32,3%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,33	5,6%	44,8%	49,6%	44,0%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,77	21,8%	46,8%	31,4%	9,6%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,97	11,7%	54,0%	34,3%	22,6%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,29	7,1%	47,7%	45,2%	38,1%
	Más de 54.000 euros	8,67	4,2%	30,3%	65,5%	61,3%
	Ns/Nc	8,15	10,9%	47,5%	41,6%	30,7%

A.2.6 Valoración de la disponibilidad de plazas según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Disponibilidad de plazas		7,93	14,0%	47,4%	38,6%	24,6%
Situación laboral	Estudiante	7,41	25,2%	45,9%	28,9%	3,7%
	Jubilado/a	8,15	10,6%	49,1%	40,3%	29,7%
	Desempleado/a	7,73	18,2%	46,0%	35,8%	17,6%
	Trab. por cuenta ajena	8,00	12,2%	48,0%	39,8%	27,6%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,14	10,4%	44,8%	44,8%	34,4%

A.2.7 Valoración del precio del alojamiento según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Precio del alojamiento		7,79	16,1%	50,6%	33,3%	17,2%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,58	16,6%	56,6%	26,8%	10,2%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,68	17,7%	54,5%	27,8%	10,1%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,83	16,9%	47,0%	36,1%	19,2%
	Más de 54.000 euros	8,22	8,8%	43,2%	48,0%	39,2%
	Ns/Nc	7,84	14,9%	49,4%	35,7%	20,8%

A.3 Valoración de los aspectos relacionados con el restaurante

A.3.1 Resumen de valoraciones sobre el restaurante

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
El restaurante en general	8,02	8,6%	55,8%	35,6%	27,0%
Horario del restaurante	8,10	8,6%	53,1%	38,3%	29,7%
Calidad de la comida	8,03	10,7%	52,9%	36,4%	25,7%
Calidad de la atención recibida	7,99	10,7%	52,7%	36,6%	25,9%
Calidad de las instalaciones	7,95	10,1%	58,2%	31,7%	21,6%
Disponibilidad de capacidad (mesas, plazas)	7,91	12,8%	52,5%	34,7%	21,9%
Precio del restaurante	7,65	18,2%	54,0%	27,8%	9,6%

A.3.2 Satisfacción general con el restaurante según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
El restaurante en general	8,02	8,6%	55,8%	35,6%	27,0%	
Edad	Entre 16 y 24 años	7,86	10,0%	63,0%	27,0%	17,0%
	Entre 25 y 34 años	7,94	10,8%	56,7%	32,5%	21,7%
	Entre 35 y 44 años	8,04	6,9%	56,5%	36,6%	29,7%
	Entre 45 y 54 años	8,13	7,7%	53,6%	38,7%	31,0%
	Más de 55 años	8,28	4,9%	46,4%	48,7%	43,8%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,90	10,9%	55,9%	33,2%	22,3%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,06	7,9%	54,6%	37,5%	29,6%
	Estudios universitarios	8,05	8,0%	56,4%	35,6%	27,6%
Situación laboral	Estudiante	7,85	10,2%	63,7%	26,1%	15,9%
	Amo/a de casa	8,35	2,9%	44,9%	52,2%	49,3%
	Jubilado/a	8,28	5,8%	46,0%	48,2%	42,4%
	Desempleado/a	7,97	6,9%	62,2%	30,9%	24,0%
	Trab. por cuenta ajena	8,00	9,0%	56,5%	34,5%	25,5%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,15	8,7%	47,4%	43,9%	35,2%
	Ns/Nc	7,92	8,6%	58,5%	32,9%	24,3%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,78	8,3%	64,2%	27,5%	19,2%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,09	7,0%	56,7%	36,3%	29,3%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,09	7,1%	54,3%	38,6%	31,5%
	Más de 54.000 euros	8,31	8,2%	39,1%	52,7%	44,5%
	Ns/Nc	7,92	11,4%	55,9%	32,7%	21,3%

A.3.3 Valoración del horario del restaurante según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Horario del restaurante		8,10	8,6%	53,1%	38,3%	29,7%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,94	12,8%	53,7%	33,5%	20,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,07	7,9%	55,1%	37,0%	29,1%
	Estudios universitarios	8,18	7,4%	51,5%	41,1%	33,7%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,97	11,9%	55,3%	32,8%	20,9%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,17	7,5%	51,2%	41,3%	33,8%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,10	7,2%	55,0%	37,8%	30,6%
	Más de 54.000 euros	8,27	8,9%	39,1%	52,0%	43,1%
	Ns/Nc	8,01	10,1%	55,0%	34,9%	24,8%

A.3.4 Valoración de la calidad de la comida según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Calidad de la comida		8,03	10,7%	52,9%	36,4%	25,7%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,78	16,1%	54,6%	29,3%	13,2%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,00	10,7%	55,2%	34,1%	23,4%
	Estudios universitarios	8,15	8,5%	51,0%	40,5%	32,0%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,69	18,4%	54,1%	27,5%	9,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,04	9,0%	55,8%	35,2%	26,2%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,16	10,1%	46,6%	43,3%	33,2%
	Más de 54.000 euros	8,34	1,8%	51,5%	46,7%	44,9%
	Ns/Nc	7,97	12,5%	53,4%	34,1%	21,6%

A.3.5 Valoración de la atención recibida según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Atención recibida		7,99	10,7%	52,7%	36,6%	25,9%
Situación laboral	Estudiante	7,68	16,2%	56,9%	26,9%	10,7%
	Amo/a de casa	8,18	4,5%	55,4%	40,1%	35,6%
	Jubilado/a	8,28	3,6%	50,2%	46,2%	42,6%
	Desempleado/a	7,88	13,2%	56,9%	29,9%	16,7%
	Trab. por cuenta ajena	8,01	9,9%	53,5%	36,6%	26,7%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,14	13,2%	41,3%	45,5%	32,3%
	Ns/Nc	7,62	18,3%	48,4%	33,3%	15,0%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,63	15,2%	58,5%	26,3%	11,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,05	9,4%	53,4%	37,2%	27,8%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,16	7,2%	52,8%	40,0%	32,8%
	Más de 54.000 euros	8,38	3,7%	42,3%	54,0%	50,3%
	Ns/Nc	7,85	14,1%	52,0%	33,9%	19,8%

A.3.6 Valoración de la calidad de las instalaciones según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
Calidad de las instalaciones	7,95	10,1%	58,2%	31,7%	21,6%	
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,78	13,8%	58,7%	27,5%	13,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	7,98	9,3%	56,7%	34,0%	24,7%
	Estudios universitarios	8,00	9,3%	58,7%	32,0%	22,7%
Situación laboral	Estudiante	7,77	12,9%	63,4%	23,7%	10,8%
	Amo/a de casa	8,33	3,8%	46,2%	50,0%	46,2%
	Jubilado/a	8,09	9,6%	55,2%	35,2%	25,6%
	Desempleado/a	7,87	8,2%	63,0%	28,8%	20,6%
	Trab. por cuenta ajena	7,93	10,4%	58,6%	31,0%	20,6%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,12	8,1%	54,2%	37,7%	29,6%
	Ns/Nc	7,88	12,5%	56,6%	30,9%	18,4%

A.3.7 Valoración de la capacidad según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
Capacidad (mesas, plazas)	7,91	12,8%	52,5%	34,7%	21,9%	
Situación laboral	Estudiante	7,63	19,7%	48,6%	31,7%	12,0%
	Amo/a de casa	8,04	9,7%	49,2%	41,1%	31,4%
	Jubilado/a	8,15	3,3%	58,0%	38,7%	35,4%
	Desempleado/a	7,61	13,0%	67,9%	19,1%	6,1%
	Trab. por cuenta ajena	7,95	11,8%	53,0%	35,2%	23,4%
	Trabajador/a por cuenta propia	7,91	15,8%	44,0%	40,2%	24,4%
	Ns/Nc	7,65	23,7%	48,8%	27,5%	3,8%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,7	19,1%	47,7%	33,2%	14,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,86	13,4%	51,9%	34,7%	21,3%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,15	8,2%	52,1%	39,7%	31,5%
	Más de 54.000 euros	8,05	6,4%	63,5%	30,1%	23,7%
	Ns/Nc	7,83	14,4%	53,3%	32,3%	17,9%

A.3.8 Valoración del precio del restaurante según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
Precio del restaurante	7,65	18,2%	54,0%	27,8%	9,6%	
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,49	22,6%	53,8%	23,6%	1,0%
	Bachillerato, Formación Profesional	7,67	17,5%	54,5%	28,0%	10,5%
	Estudios universitarios	7,70	17,0%	54,0%	29,0%	12,0%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,24	27,3%	55,5%	17,2%	-10,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,63	17,8%	55,5%	26,7%	8,9%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,72	18,2%	52,3%	29,5%	11,3%
	Más de 54.000 euros	8,19	4,1%	49,1%	46,8%	42,7%
	Ns/Nc	7,66	18,2%	53,6%	28,2%	10,0%

A.4 Valoración de los aspectos relacionados con las infraestructuras turísticas en la Comunidad de Madrid

A.4.1. Valoración de la información recibida en las Oficinas de Información Turística según algunas características socio-demográficas de los visitantes (*)

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Valoración de la información		8,23	9,2%	44,6%	46,2%	37,0%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,70	18,4%	50,2%	31,4%	13,0%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,56	1,4%	44,8%	53,8%	52,4%
	Estudios universitarios	8,15	11,8%	43,1%	45,1%	33,3%
Situación laboral	Estudiante	8,40	9,9%	37,2%	52,9%	43,0%
	Trab. por cuenta ajena	8,22	8,3%	46,6%	45,1%	36,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,43	9,3%	33,7%	57,0%	47,7%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	8,34	2,0%	54,1%	43,9%	41,9%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,29	8,0%	43,4%	48,6%	40,6%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,23	9,4%	49,5%	41,1%	31,7%
	Más de 54.000 euros	7,80	15,7%	50,1%	34,2%	18,5%
	Ns/Nc	8,29	9,6%	36,4%	54,0%	44,4%

(*) Sólo para los visitantes que han utilizado alguna Oficina de información turística (Base: 865).

A.4.2. Valoración general de las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Valoración general	8,18	2,6%	39,3%	58,1%	55,5%
Oferta de ocio y entretenimiento	8,28	7,7%	45,5%	46,8%	39,1%
Oferta comercial	8,24	8,0%	47,5%	44,5%	36,5%
Conservación de los monumentos	8,21	5,8%	53,2%	41,0%	35,2%
Oferta cultural	8,19	7,9%	48,6%	43,5%	35,6%
Señalización turística	7,92	13,3%	50,6%	36,1%	22,8%

A.4.3. Valoración general de las infraestructuras turísticas de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Satisfacción general		8,18	2,6%	39,3%	58,1%	55,5%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	8,02	3,4%	45,0%	51,6%	48,2%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,22	2,3%	37,8%	59,9%	57,6%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,11	3,2%	38,6%	58,2%	55,0%
	Más de 54.000 euros	8,28	2,0%	27,0%	71,0%	69,0%
	Ns/Nc	8,15	2,4%	41,4%	56,2%	53,8%
Nacionalidad	Español	8,10	2,9%	41,5%	55,6%	52,7%
	Extranjero	8,48	0,8%	28,7%	70,5%	69,7%

A.4.4. Valoración general de la oferta de ocio y entretenimiento de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Oferta de ocio y entretenimiento		8,28	7,7%	45,5%	46,8%	39,1%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,98	15,4%	47,9%	36,7%	21,3%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,30	7,0%	44,9%	48,1%	41,1%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,17	9,3%	46,0%	44,7%	35,4%
	Más de 54.000 euros	8,41	4,8%	45,2%	50,0%	45,2%
	Ns/Nc	8,36	6,4%	45,5%	48,1%	41,7%

A.4.5. Valoración general de la oferta comercial de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Oferta comercial		8,24	8,0%	47,5%	44,5%	36,5%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	8,11	11,0%	47,2%	41,8%	30,8%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,30	7,0%	46,4%	46,6%	39,6%
	Estudios universitarios	8,27	7,0%	48,8%	44,2%	37,2%
Nacionalidad	Español	8,18	8,7%	49,1%	42,2%	8,7%
	Extranjero	8,55	4,3%	40,2%	55,5%	4,3%

A.4.6. Valoración general de la conservación de los monumentos de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Conservación de los monumentos		8,21	5,8%	53,2%	41,0%	35,2%
¿Situación laboral	Estudiante	8,14	6,7%	55,2%	38,1%	31,4%
	Amo/a de casa	8,49	1,6%	46,4%	52,0%	50,4%
	Jubilado/a	8,40	2,5%	53,5%	44,0%	41,5%
	Desempleado/a	8,18	6,0%	55,0%	39,0%	33,0%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,21	5,4%	53,4%	41,2%	35,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,13	8,8%	51,2%	40,0%	31,2%
	Ns/Nc	7,56	21,7%	53,2%	25,1%	3,4%
Nacionalidad	Español	8,14	6,4%	55,0%	38,6%	32,2%
	Extranjero	8,53	3,0%	44,7%	52,3%	49,3%

A.4.7. Valoración general de la oferta cultural de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Oferta cultural		8,19	7,9%	48,6%	43,5%	35,6%
¿Su nivel de estudios?	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,97	9,2%	57,0%	33,8%	24,6%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,21	6,9%	49,5%	43,6%	36,7%
	Estudios universitarios	8,29	7,8%	43,9%	48,3%	40,5%
¿Su situación laboral?	Estudiante	8,24	4,5%	56,2%	39,3%	34,8%
	Amo/a de casa	8,02	5,1%	61,2%	33,7%	28,6%
	Jubilado/a	8,16	8,6%	45,5%	45,9%	37,3%
	Desempleado/a	7,92	12,0%	54,8%	33,2%	21,2%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,23	7,3%	47,6%	45,1%	37,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,26	13,9%	35,6%	50,5%	36,6%
	Ns/Nc	7,78	17,2%	52,1%	30,7%	13,5%
Nacionalidad	Español	8,09	8,9%	51,4%	39,7%	30,8%
	Extranjero	8,69	2,9%	35,6%	61,5%	58,6%

A.4.8. Valoración general de la señalización turística de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Señalización turística		7,92	13,3%	50,6%	36,1%	22,8%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,77	15,0%	52,6%	32,4%	17,4%
	Bachillerato, Formación Profesional	7,88	13,7%	52,8%	33,5%	19,8%
	Estudios universitarios	8,02	11,8%	48,7%	39,5%	27,7%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,80	17,3%	49,9%	32,8%	15,5%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,04	11,5%	49,0%	39,5%	28,0%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,98	13,1%	46,1%	40,8%	27,7%
	Más de 54.000 euros	8,21	8,7%	42,9%	48,4%	39,7%
	Ns/Nc	7,76	14,7%	55,3%	30,0%	15,3%

A.5. Valoración de las infraestructuras básicas y otros aspectos de la Comunidad de Madrid

A.5.1. Valoración general

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	Base
Índice general	7,95	5,9%	47,7%	46,4%	40,5%	5.574
Aeropuerto (*)	8,60	4,5%	38,6%	56,9%	52,4%	1.917
Estación de Tren (*)	8,27	4,8%	49,6%	45,6%	40,8%	289
Paisaje urbano	8,17	8,1%	50,0%	41,9%	33,8%	5.574
El clima	8,04	11,5%	48,0%	40,5%	29,0%	5.574
Infraestructuras de comunicaciones	7,98	9,8%	56,3%	33,9%	24,1%	5.457
Seguridad ciudadana	7,95	12,9%	48,7%	38,4%	25,5%	5.574
Movilidad peatonal	7,90	13,3%	52,0%	34,7%	21,4%	5.463
Accesos e infraestructura viaria	7,88	11,2%	58,1%	30,7%	19,5%	5.521
Dotación de espacios libres y zonas verdes	7,80	14,8%	53,0%	32,2%	17,4%	5.574
Señalización de las carreteras	7,78	14,8%	54,8%	30,4%	15,6%	5.480
Limpieza de la ciudad	7,76	15,5%	52,9%	31,6%	16,1%	5.574
Estación de Autobuses (*)	7,65	20,4%	46,5%	33,1%	12,7%	571

(*) Solo entre los visitantes que utilizaron las instalaciones

A.5.2. Valoración general según algunas características socio-demográficas de los visitantes

	Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo	
Índice general	7,95	5,9%	47,7%	46,4%	40,5%	
Nivel de Estudios	Sin estudios / estudios primarios incompletos	7,76	2,1%	68,9%	29,0%	26,9%
	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,82	7,7%	51,9%	40,4%	32,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,00	4,8%	45,6%	49,6%	44,8%
	Estudios universitarios	7,99	5,9%	46,2%	47,9%	42,0%
	Ns/Nc	7,72	0,0%	83,0%	17,0%	17,0%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,95	6,9%	45,1%	48,0%	41,1%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,98	6,0%	46,8%	47,2%	41,2%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,95	7,2%	44,8%	48,0%	40,8%
	Más de 54.000 euros	7,61	10,9%	56,9%	32,2%	21,3%
	Ns/Nc	7,96	4,2%	49,5%	46,3%	42,1%

A.5.3. Valoración de infraestructuras de transporte según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Aeropuerto (*)		8,60	4,5%	38,6%	56,9%	52,4%
Tipo de visitante	Turista	8,53	4,7%	40,5%	54,8%	50,1%
	Excursionista	9,35	2,1%	15,1%	82,8%	80,7%
Estación de Autobuses (*)		7,65	20,4%	46,5%	33,1%	12,7%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,44	24,8%	53,6%	21,6%	-3,2%
	Entre 25 y 34 años	7,77	15,7%	50,3%	34,0%	18,3%
	Entre 35 y 44 años	7,66	23,1%	39,5%	37,4%	14,3%
	Entre 45 y 54 años	7,97	16,0%	40,6%	43,4%	27,4%
	Más de 55 años	7,77	18,1%	35,4%	46,5%	28,4%
Situación laboral	Estudiante	7,31	26,5%	53,9%	19,6%	-6,9%
	Desempleado/a	7,48	22,0%	55,8%	22,2%	0,2%
	Trabajador/a por cuenta ajena	7,67	21,3%	45,6%	33,1%	11,8%
Frecuencia de visita	Es la primera vez	7,22	33,5%	43,5%	23,0%	-10,5%
	Repite visita	7,85	14,6%	47,8%	37,6%	23,0%
Estación de Tren (*)		8,27	4,8%	49,6%	45,6%	40,8%
Edad	Entre 16 y 24 años	8,29	0,0%	60,0%	40,0%	40,0%
	Entre 25 y 34 años	8,33	4,1%	52,0%	43,9%	39,8%

(*) Sólo para los visitantes que han utilizado las instalaciones: Aeropuerto: 1917; Autobús 571; Tren: 289.

A.5.4. Valoración de de aspectos de la Comunidad de Madrid (clima, seguridad ciudadana, paisaje urbano) según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
El clima		8,04	11,5%	48,0%	40,5%	29,0%
Situación laboral	Estudiante	7,75	18,3%	45,8%	35,9%	17,6%
	Amo/a de casa	8,06	9,9%	54,1%	36,0%	26,1%
	Jubilado/a	8,24	7,7%	41,5%	50,8%	43,1%
	Desempleado/a	7,72	14,3%	57,1%	28,6%	14,3%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,10	10,6%	47,7%	41,7%	31,1%
	Trabajador/a por cuenta propia	7,92	14,2%	48,7%	37,1%	22,9%
	Ns/Nc	8,20	3,3%	49,5%	47,2%	43,9%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,79	15,9%	50,4%	33,7%	17,8%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,16	9,4%	45,8%	44,8%	35,4%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,39	6,5%	41,6%	51,9%	45,4%
	Más de 54.000 euros	8,44	6,9%	35,9%	57,2%	50,3%
	Ns/Nc	7,75	15,5%	54,2%	30,3%	14,8%
Lugar de entrevista	Capital	7,67	18,6%	51,1%	30,3%	11,7%
	Resto de la Comunidad	8,25	7,4%	46,3%	46,3%	38,9%
Seguridad ciudadana		7,95	12,9%	48,7%	38,4%	25,5%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,75	18,9%	50,7%	30,4%	11,5%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,00	12,6%	46,7%	40,7%	28,1%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,02	11,4%	48,4%	40,2%	28,8%
	Más de 54.000 euros	8,37	5,7%	32,7%	61,6%	55,9%
	Ns/Nc	7,87	13,4%	52,1%	34,5%	21,1%
Paisaje urbano		8,17	8,1%	50,0%	41,9%	33,8%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	7,90	11,6%	56,1%	32,3%	20,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,15	7,7%	51,0%	41,3%	33,6%
	Estudios universitarios	8,31	6,7%	46,2%	47,1%	40,4%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,99	8,0%	59,8%	32,2%	24,2%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,31	6,3%	46,3%	47,4%	41,1%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,46	4,1%	44,5%	51,4%	47,3%
	Más de 54.000 euros	8,44	5,4%	37,2%	57,4%	52,0%
	Ns/Nc	7,89	12,1%	55,8%	32,1%	20,0%
Residencia	Español	8,09	9,2%	51,4%	39,4%	30,2%
	Extranjero	8,53	2,9%	43,3%	53,8%	50,9%

A.5.5. Valoración de aspectos de las infraestructuras de la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

Dotación de espacios libres y zonas verdes		7,80	14,8%	53,0%	32,2%	17,4%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,61	19,0%	49,2%	31,8%	12,8%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,74	17,2%	49,8%	33,0%	15,8%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,78	14,0%	54,8%	31,2%	17,2%
	Más de 54.000 euros	7,87	12,4%	64,3%	23,3%	10,9%
	Ns/Nc	7,88	12,4%	54,7%	32,9%	20,5%
Señalización de las carreteras		7,78	14,8%	54,8%	30,4%	15,6%
Situación laboral	Estudiante	7,63	16,1%	60,7%	23,2%	7,1%
	Amo/a de casa	7,69	14,3%	56,6%	29,1%	14,8%
	Jubilado/a	8,13	10,4%	46,0%	43,6%	33,2%
	Desempleado/a	7,63	17,8%	56,1%	26,1%	8,3%
	Trabajador/a por cuenta ajena	7,79	14,6%	54,0%	31,4%	16,8%
	Trabajador/a por cuenta propia	7,76	15,6%	57,4%	27,0%	11,4%
	Ns/Nc	7,64	18,8%	56,5%	24,7%	5,9%
Limpieza de la ciudad		7,76	15,5%	52,9%	31,6%	16,1%
Situación laboral	Estudiante	7,59	17,1%	54,3%	28,6%	11,5%
	Amo/a de casa	8,00	8,3%	58,0%	33,7%	25,4%
	Jubilado/a	8,03	12,0%	46,2%	41,8%	29,8%
	Desempleado/a	7,58	18,5%	54,4%	27,1%	8,6%
	Trabajador/a por cuenta ajena	7,75	15,9%	53,0%	31,1%	15,2%
	Trabajador/a por cuenta propia	7,69	19,6%	48,3%	32,1%	12,5%
	Ns/Nc	8,07	2,7%	61,2%	36,1%	33,4%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,59	21,2%	54,0%	24,8%	3,6%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	7,98	10,8%	51,9%	37,3%	26,5%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	8,06	7,3%	53,4%	39,3%	32,0%
	Más de 54.000 euros	8,16	8,7%	47,1%	44,2%	35,5%
	Ns/Nc	7,38	23,8%	53,9%	22,3%	-1,5%
Nacionalidad	Español	7,68	16,8%	53,7%	29,5%	12,7%
	Extranjero	8,11	9,4%	48,9%	41,7%	32,3%
Movilidad peatonal		7,90	13,3%	52,0%	34,7%	21,4%
Residencia	Español	7,83	14,2%	53,4%	18,2%	18,2%
	Extranjero	8,24	9,0%	44,7%	37,3%	37,3%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,80	13,8%	58,2%	28,0%	14,2%
	Entre 25 y 34 años	7,85	11,5%	57,9%	30,6%	19,1%
	Entre 35 y 44 años	7,90	11,3%	58,0%	30,7%	19,4%
	Entre 45 y 54 años	7,91	11,3%	58,4%	30,3%	19,0%
	Entre 16 y 24 años	7,80	13,8%	58,2%	28,0%	14,2%

A. 6. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid (*)

A.6.1. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total		8,07	13,4%	36,2%	50,4%	37,0%
Edad	Entre 16 y 24 años	7,57	23,8%	31,1%	45,1%	21,3%
	Entre 25 y 34 años	8,10	14,5%	33,3%	52,2%	37,7%
	Entre 35 y 44 años	8,23	10,1%	39,1%	50,8%	40,7%
	Entre 45 y 54 años	8,14	10,7%	39,5%	49,8%	39,1%
	Más de 55 años	8,22	8,5%	40,0%	51,5%	43,0%
Nivel de estudios	Sin estudios / estudios primarios incompletos	8,00	23,8%	31,1%	45,1%	21,3%
	Estudios primarios / Bachillerato elemental	8,32	14,5%	33,3%	52,2%	37,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,17	10,1%	39,1%	50,8%	40,7%
	Estudios universitarios	7,87	10,7%	39,5%	49,8%	39,1%
	Ns/Nc	8,30	8,5%	40,0%	51,5%	43,0%
Situación laboral	Estudiante	7,29	29,0%	32,2%	38,8%	9,8%
	Amo/a de casa	8,22	5,1%	50,6%	44,3%	39,2%
	Jubilado/a	8,21	7,8%	40,7%	51,5%	43,7%
	Desempleado/a	8,10	14,2%	38,7%	47,1%	32,9%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,18	11,7%	35,5%	52,8%	41,1%
	Trabajador/a por cuenta propia	7,93	17,2%	32,4%	50,4%	33,2%
	Ns/Nc	8,24	10,1%	40,4%	49,5%	39,4%
Nivel de ingresos	Menos de 12.000 euros	7,87	14,8%	40,5%	44,7%	29,9%
	Entre 12.000 y 30.000 euros	8,12	11,8%	35,5%	52,7%	40,9%
	Entre 30.000 y 54.000 euros	7,97	15,7%	37,2%	47,1%	31,4%
	Más de 54.000 euros	7,70	16,5%	43,2%	40,3%	23,8%
	Ns/Nc	8,16	13,3%	34,8%	51,9%	38,6%
Nacionalidad	España	8,42	7,1%	39,2%	53,7%	46,6%
	Extranjero	6,36	44,3%	21,7%	34,0%	-10,3%
Frecuencia de visita	Es la primera vez	7,23	26,0%	34,8%	39,2%	13,2%
	Repite visita	8,44	8,1%	36,8%	55,1%	47,0%
Tipo de visitante	Turista alojado en alojamiento no reglado	8,12	15,7%	32,3%	52,0%	36,3%
	Viajero	7,02	31,4%	30,0%	38,6%	7,2%
	Excursionista	8,54	4,5%	40,3%	55,2%	50,7%

(*) Probabilidad de volver a visitar la Comunidad de Madrid en los próximos 12 meses en una escala indicativa: 1: Poco probable; 10, muy probable.

A.6.2. Intención de volver a visitar la Comunidad de Madrid según lugar de residencia de los visitantes

Residencia		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Residencia	España	8,42	7,1%	39,2%	53,7%	46,6%
Comunidad Autónoma	País Vasco	7,93	19,4%	32,0%	48,6%	29,2%
	Castilla La Mancha	8,55	4,9%	39,3%	55,8%	50,9%
	Com. Valenciana	8,27	15,2%	32,5%	52,3%	37,1%
	Andalucía	8,05	17,6%	29,3%	53,1%	35,5%
	Castilla y León	8,44	7,9%	38,6%	53,5%	45,6%
	Extremadura	8,36	11,1%	35,5%	53,4%	42,3%
	Cataluña	7,83	19,2%	34,6%	46,2%	27,0%
	Galicia	7,94	20,4%	28,3%	51,3%	30,9%
	Aragón	7,75	17,0%	44,9%	38,1%	21,1%
	Com. Madrid	8,55	3,6%	41,6%	54,8%	51,2%
	Murcia	8,07	14,4%	38,9%	46,7%	32,3%
	Asturias	8,22	15,1%	30,8%	54,1%	39,0%
	Canarias	7,57	28,2%	18,6%	53,2%	25,0%

Residencia		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Residencia	Extranjero	6,36	44,3%	21,7%	34,0%	-10,3%
País	Italia	6,22	49,8%	21,8%	28,4%	-21,4%
	EEUU	6,39	43,4%	19,4%	37,2%	-6,2%
	Brasil	5,39	54,8%	16,5%	28,7%	-26,1%
	Méjico	7,21	30,0%	16,8%	53,2%	23,2%
	Francia	7,05	31,4%	26,5%	42,1%	10,7%
	Venezuela	7,29	33,0%	14,0%	53,0%	20,0%
	Argentina	5,67	53,0%	21,1%	25,9%	-27,1%
	Reino Unido	6,99	38,3%	29,8%	31,9%	-6,4%
	Alemania	5,88	54,0%	21,0%	25,0%	-29,0%
	Portugal	6,23	53,8%	22,1%	24,1%	-29,7%
	Resto de Europa	6,58	41,8%	26,2%	32,0%	-9,8%
	Resto de América	6,45	39,4%	23,0%	37,6%	-1,8%
	Resto del mundo	6,19	51,1%	15,4%	33,5%	-17,6%
	Otros	5,48	62,8%	7,0%	30,2%	-32,6%

A. 7. Recomendación de visitar la Comunidad de Madrid (*) según algunas características socio-demográficas de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total		8,73	3,0%	35,0%	62,0%	59,0%
Nivel de estudios	Estudios primarios / Bachillerato elemental	8,54	4,8%	39,7%	55,5%	50,7%
	Bachillerato, Formación Profesional	8,75	3,0%	35,1%	61,9%	58,9%
	Estudios universitarios	8,82	2,0%	32,4%	65,6%	63,6%
Situación laboral	Estudiante	8,81	3,1%	32,1%	64,8%	61,7%
	Amo/a de casa	8,52	3,0%	36,3%	60,7%	57,7%
	Amo/a de casa	8,52	3,0%	36,3%	60,7%	57,7%
	Jubilado/a	8,67	2,3%	34,5%	63,2%	60,9%
	Desempleado/a	8,50	7,1%	42,7%	50,2%	43,1%
	Trabajador/a por cuenta ajena	8,77	2,4%	34,6%	63,0%	60,6%
	Trabajador/a por cuenta propia	8,60	5,9%	36,4%	57,7%	51,8%
Residencia	Ns/Nc	8,66	2,0%	38,7%	59,3%	57,3%
	España	8,69	3,0%	36,5%	60,5%	57,5%
Comunidad Autónoma	País Vasco	8,46	6,7%	39,4%	53,9%	47,2%
	Castilla La Mancha	8,46	6,0%	40,0%	54,0%	48,0%
	Com. Valenciana	8,60	4,2%	40,8%	55,0%	50,8%
	Andalucía	8,72	4,7%	32,7%	62,6%	57,9%
	Castilla y León	8,41	7,0%	39,8%	53,2%	46,2%
	Extremadura	8,56	5,2%	37,9%	56,9%	51,7%
	Cataluña	8,67	3,6%	38,0%	58,4%	54,8%
	Galicia	8,87	2,5%	29,3%	68,2%	65,7%
	Aragón	8,46	3,8%	48,6%	47,6%	43,8%
	Com. Madrid	8,75	1,9%	36,0%	62,1%	60,2%
	Murcia	8,75	4,7%	31,4%	63,9%	59,2%
	Asturias	8,46	4,3%	42,3%	53,4%	49,1%
	Canarias	8,84	5,6%	28,3%	66,1%	60,5%
	Residencia	Extranjero	8,90	2,6%	27,9%	69,5%
País	Italia	8,85	3,4%	30,5%	66,1%	62,7%
	EEUU	9,06	2,2%	27,4%	70,4%	68,2%
	Brasil	9,17	1,2%	19,8%	79,0%	77,8%
	Méjico	9,17	1,6%	18,8%	79,6%	78,0%
	Francia	8,93	1,5%	26,9%	71,6%	70,1%
	Venezuela	9,25	1,3%	16,4%	82,3%	81,0%
	Argentina	9,02	2,7%	20,3%	77,0%	74,3%
	Reino Unido	8,82	0,9%	35,6%	63,5%	62,6%
	Alemania	8,71	4,2%	32,2%	63,6%	59,4%
	Portugal	8,61	1,2%	42,7%	56,1%	54,9%
	Resto de Europa	8,66	4,7%	34,1%	61,2%	56,5%
	Resto de América	8,96	2,9%	21,8%	75,3%	72,4%
	Resto del mundo	8,71	2,7%	35,3%	62,0%	59,3%
	Otros	9,05	2,4%	21,2%	76,4%	74,0%

(*) Probabilidad de recomendar a los amigos y/o familiares visitar la Comunidad de Madrid en una escala indicativa: 1: Poco probable; 10, muy probable.

A.8. Grado de cumplimiento de expectativas en la visita a la Comunidad de Madrid (*) según lugar de residencia de los visitantes

		Media	Detractores	Pasivos	Promotores	Saldo
Total		8,73	2,3%	36,0%	61,7%	59,4%
Residencia	España	8,70	2,4%	36,8%	60,8%	58,4%
Comunidad Autónoma	Castilla La Mancha	8,47	5,1%	43,1%	51,8%	46,7%
	Com. Valenciana	8,59	4,8%	36,9%	58,3%	53,5%
	Andalucía	8,64	3,2%	39,8%	57,0%	53,8%
	Castilla y León	8,52	3,7%	42,1%	54,2%	50,5%
	Extremadura	8,48	3,8%	43,6%	52,6%	48,8%
	Cataluña	8,53	2,4%	46,4%	51,2%	48,8%
	Galicia	8,71	2,5%	42,5%	55,0%	52,5%
	Aragón	8,45	6,3%	47,7%	46,0%	39,7%
	Com. Madrid	8,77	1,6%	34,6%	63,8%	62,2%
	Murcia	8,64	3,5%	38,0%	58,5%	55,0%
	Asturias	8,37	7,3%	41,3%	51,4%	44,1%
	Canarias	8,76	6,1%	27,4%	66,5%	60,4%
Residencia	Extranjero	8,87	1,8%	31,8%	66,4%	64,6%
País	Italia	8,79	2,0%	34,0%	64,0%	62,0%
	EEUU	8,97	0,0%	28,9%	71,1%	71,1%
	Brasil	9,13	0,0%	26,7%	73,3%	73,3%
	Méjico	9,15	1,8%	18,4%	79,8%	78,0%
	Francia	8,81	1,7%	38,5%	59,8%	58,1%
	Venezuela	9,13	1,2%	26,0%	72,8%	71,6%
	Argentina	9,00	1,8%	24,6%	73,6%	71,8%
	Reino Unido	8,83	0,0%	37,4%	62,6%	62,6%
	Alemania	8,75	2,8%	35,7%	61,5%	58,7%
	Portugal	8,50	2,8%	43,8%	53,4%	50,6%
	Resto de Europa	8,71	3,7%	34,9%	61,4%	57,7%
	Resto de América	9,01	1,4%	23,1%	75,5%	74,1%
	Resto del mundo	8,70	1,4%	38,4%	60,2%	58,8%
	Otros	8,83	3,5%	30,2%	66,3%	62,8%

(*) Donde 1 significa que la visita no cumple en absoluto con las expectativas y 10 significa que cumple totalmente con las expectativas.



Comunidad de Madrid

CONSEJERÍA DE ECONOMÍA Y HACIENDA
Dirección General de Economía,
Estadística e Innovación Tecnológica