

# Estudio de percepción de la marca Madrid

## Conclusiones

# El estudio en cifras

1.336

encuestas online  
completadas a  
nivel nacional e  
internacional

4

grupos de trabajo  
con 72 personas  
de diferentes  
nacionalidades

27

Entrevistas  
personales

Estudio desarrollado entre el 30 de Junio 2020 y el 30 de Julio de **2020**

# Entrevistas personales

# El estudio en cifras

27

Entrevistas personales

13

Altos cargos y personal  
directivo del Ayuntamiento  
de Madrid

14

Directivos y destacados  
representantes del sector  
público y privado

Estudio desarrollado entre el 17 de Junio y 30 de Julio de

2020

# Entrevistas

Entrevistas realizadas en profundidad tomando como base un cuestionario previamente elaborado y adecuado a las necesidades de las diferentes audiencias.

- Coordinadora General de la Alcaldía
- Coordinador General de Familias, Igualdad y Bienestar Social
- Coordinador General Cultura, Turismo y Deporte
- Coordinador General de Desarrollo Urbano
- Director Gerente EMT
- Director General de Innovación y Emprendimiento
- Director General de Cooperación y Ciudadanía Global
- Director General de Economía
- Director General de Sostenibilidad y Control Ambiental
- Director de Turismo Madrid Destino
- Directora General de Deporte
- Subdirector General de Políticas Activas de Empleo
- Consejero de la Coordinación General de Seguridad y Emergencias
- Director de la Academia de las Artes y Ciencias Cinematográficas de España
- Jefe de la Unidad de Emergencias del Hospital Clínico San y Presidente de la Sociedad Española de Medicina de Urgencias y Emergencias (SEMES)
- Director del Instituto Cervantes
- Director de Deusto Business School
- Presidente de la Conferencia Rectores Universidades Públicas Madrileñas (CRUMA)
- Director General de Estrategia, Prospectiva y Coherencia de España Global
- Directora de Google Campus
- Director Territorial de Comercio e ICEX
- Director de Comunicación y Marketing de IFEMA
- Gestor de La Nave
- Presidente de Madrid Foro Empresarial
- Director General de la Asociación de Multinacionales por la Marca España
- Turespaña
- Rector de la Universidad Autónoma de Madrid

# Ideas destacadas de las entrevistas

## Madrid vive en la calle

Las mejores cosas en Madrid pasan en la calle, a la vista y al alcance de todos. El carácter callejero de Madrid, influenciado por el estado de vida mediterráneo hace que sea una ciudad de la que te sientes parte.

## Madrid como destino de destinos

Madrid tiene el potencial de convertirse en un “destino de destinos” y debe aprovecharse y comunicarse así. Es una ciudad en la que tienes una gran parte de la historia de España a mano, a menos de 1 hora de trayecto.

## Madrid se vive, no se ve

Madrid es una ciudad pensada para ser experimentada. No es un decorado ni un parque temático, es el escenario donde ocurren una serie de cosas que son los que le imprimen a la ciudad el carácter tan especial que tiene.

## Los madrileños: el principal valor de la ciudad

Madrid la hacen los madrileños. Todas las bondades que se dicen de ella, la hospitalidad, la cercanía, la familiaridad, la manera en la que en ella se disfruta de la vida, se dicen en realidad de quienes la forman, sus habitantes.

# Ideas destacadas de las entrevistas

## El balance como estrategia

Diversión-Negocios, desenfado-compromiso... La ciudad tiene la oportunidad de balancear su posicionamiento. Debe crecer pero asegurando su habitabilidad, debe entretener sin descuidar su lado más formal.

## Madrid verdadera ciudad de la luz

Madrid es sinónimo de luz y es la capital europea con más horas de sol al año. Esto, junto con su clima, es lo que propicia la vida callejera, la apertura y los encuentros entre amigos, conocidos y familiares. Madrid brilla.

## Madrid, la capital con el tamaño perfecto

Es una de las más grandes capitales europeas pero se experimenta como una ciudad pequeña. Su gran red de transporte, la concentración de sus barrios históricos y la capacidad de caminar todo su centro la hacen accesible y familiar.

## Madrid, la urbe íntima

Madrid aún permite momentos de intimidad, de reflexión, con la ciudad y entre sus habitantes. A pesar de su bullicio Madrid son muchas ciudades en una y uno puede perderse un tiempo si quiere desaparecer en ella.

# Estudio cuantitativo

cuestionario online



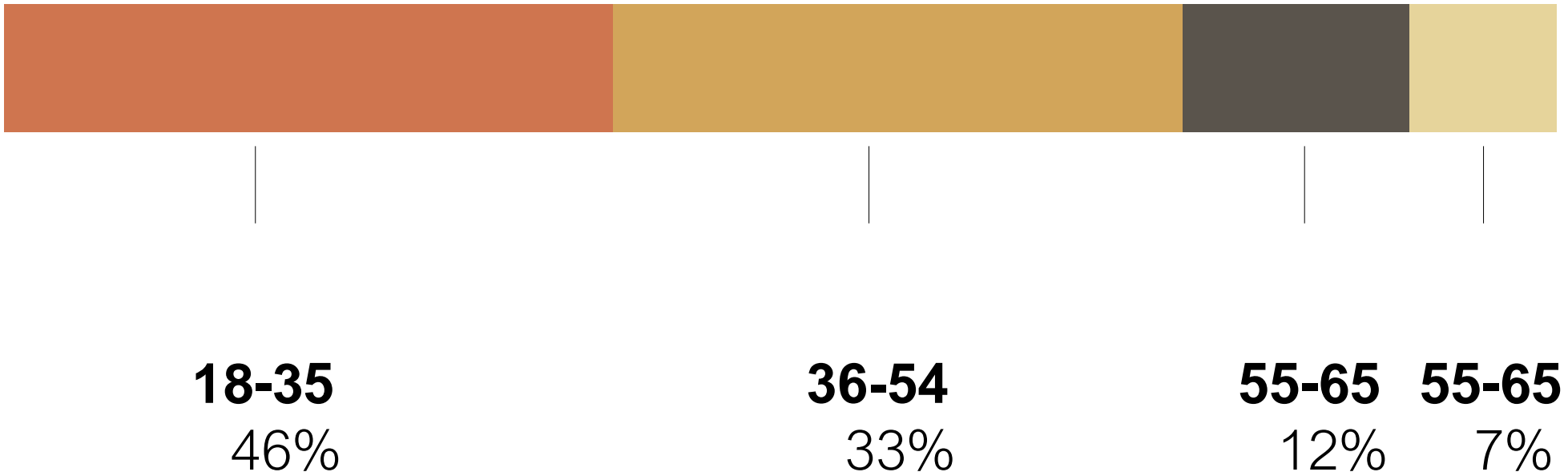
# El estudio en cifras

✓ **1336**  
encuestas completadas

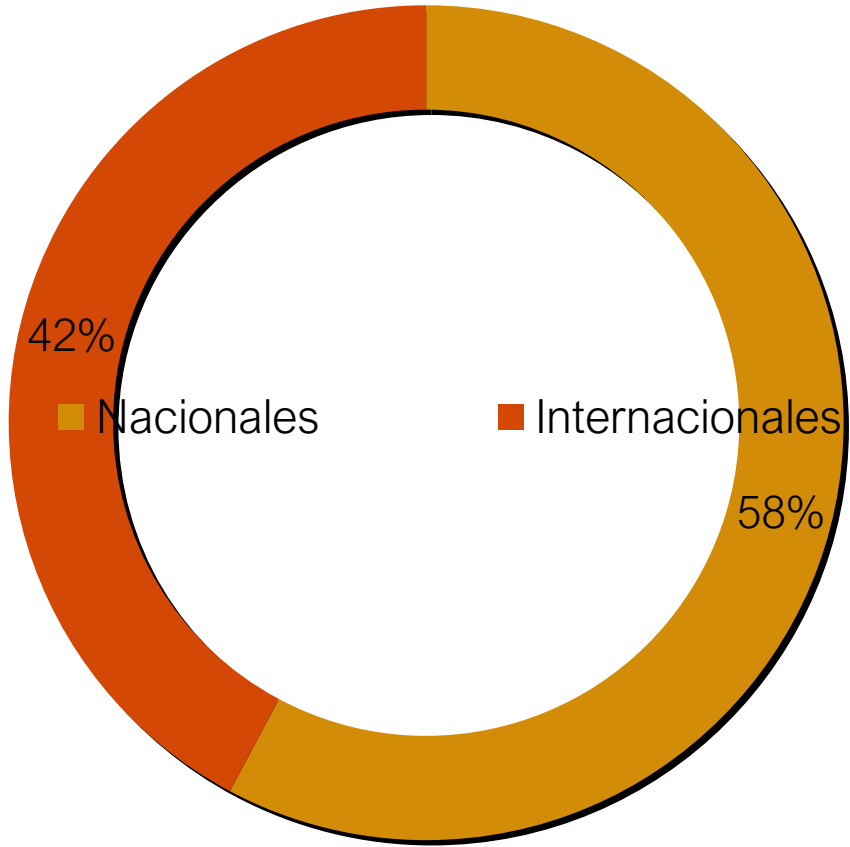
## SEXO



## EDAD



## NACIONALIDAD

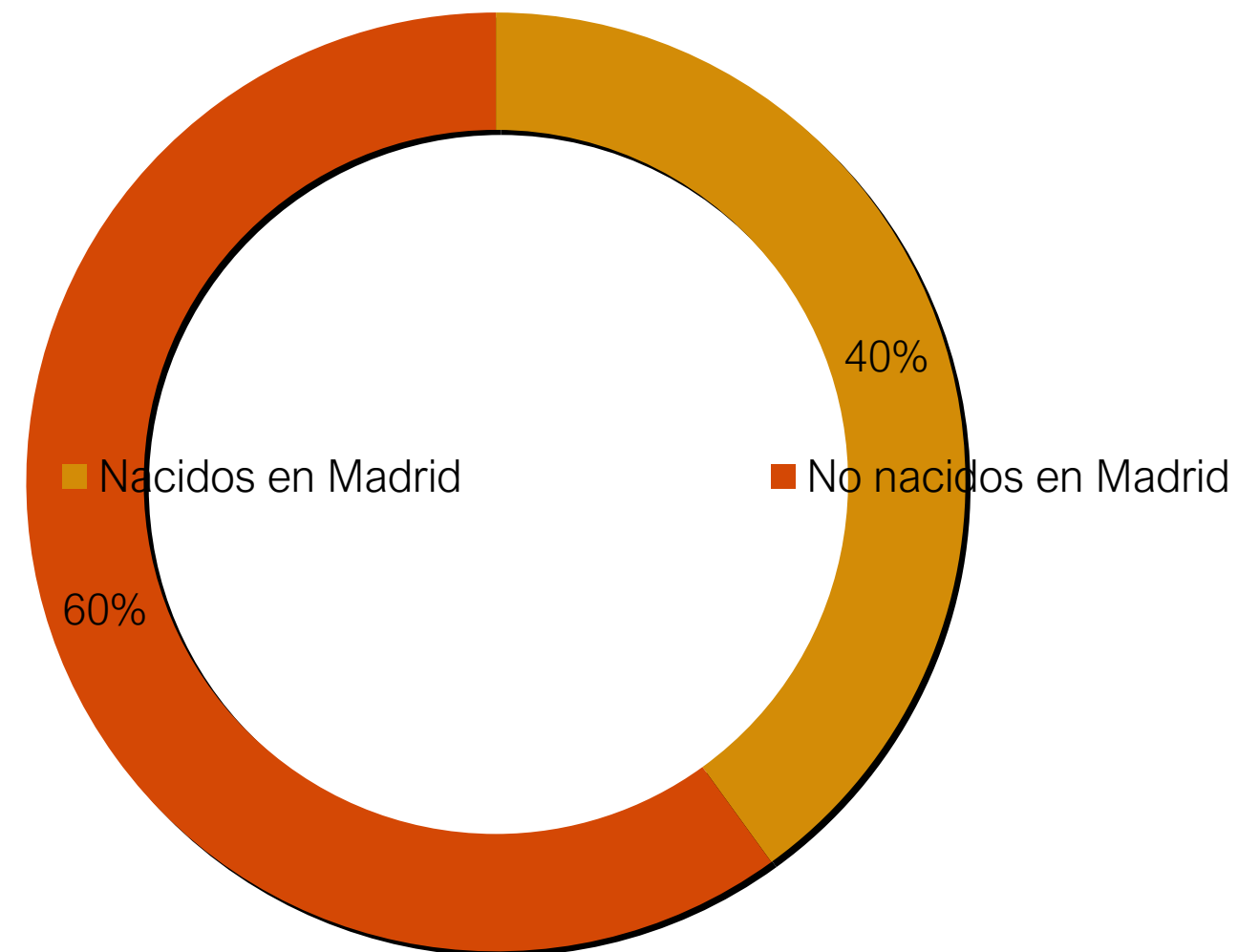


Las encuestas fueron realizadas en **español** y en **inglés**

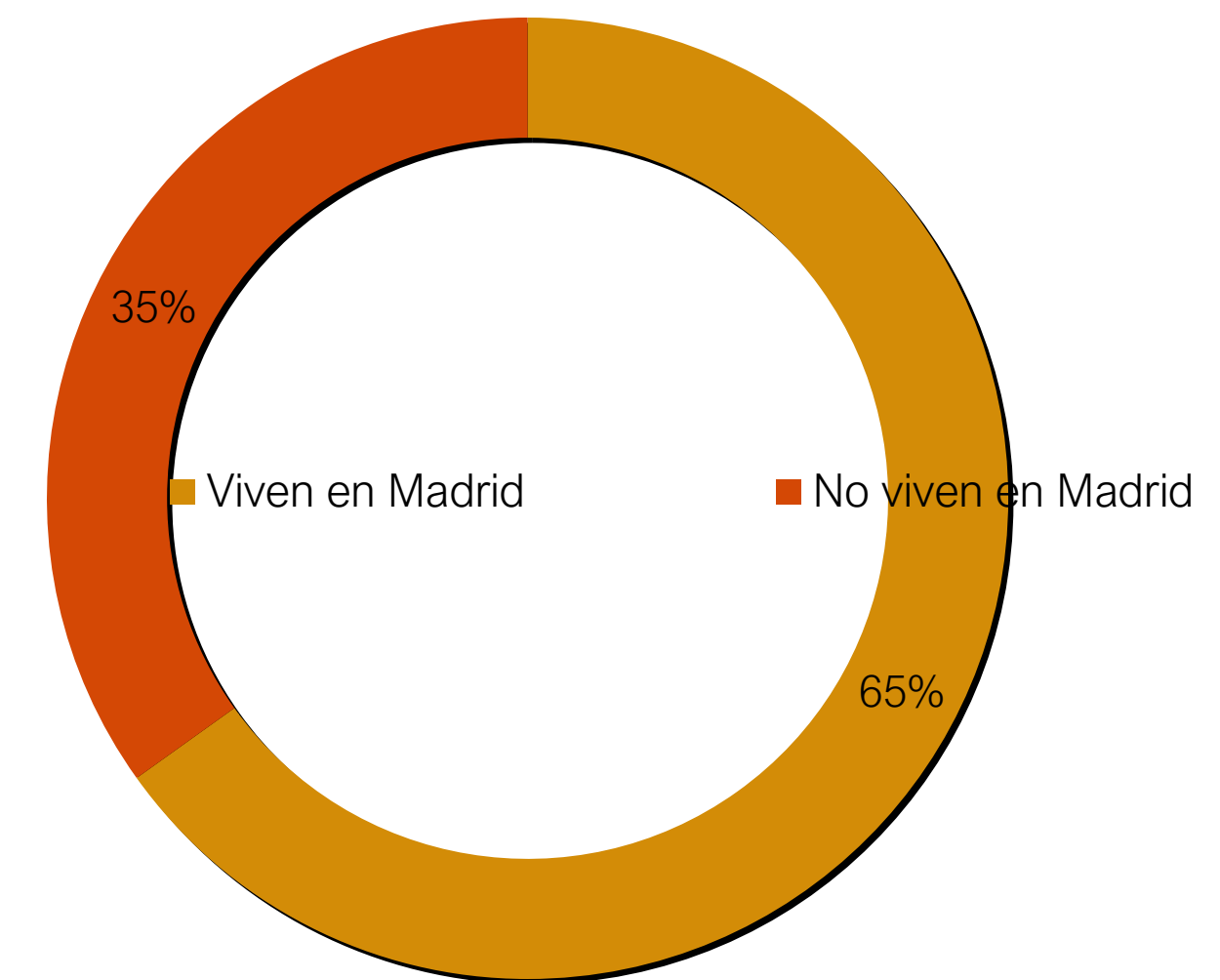
Sólo un 4% de la muestra no ha visitado Madrid

# Una muestra balanceada que considera intereses internos y externos...

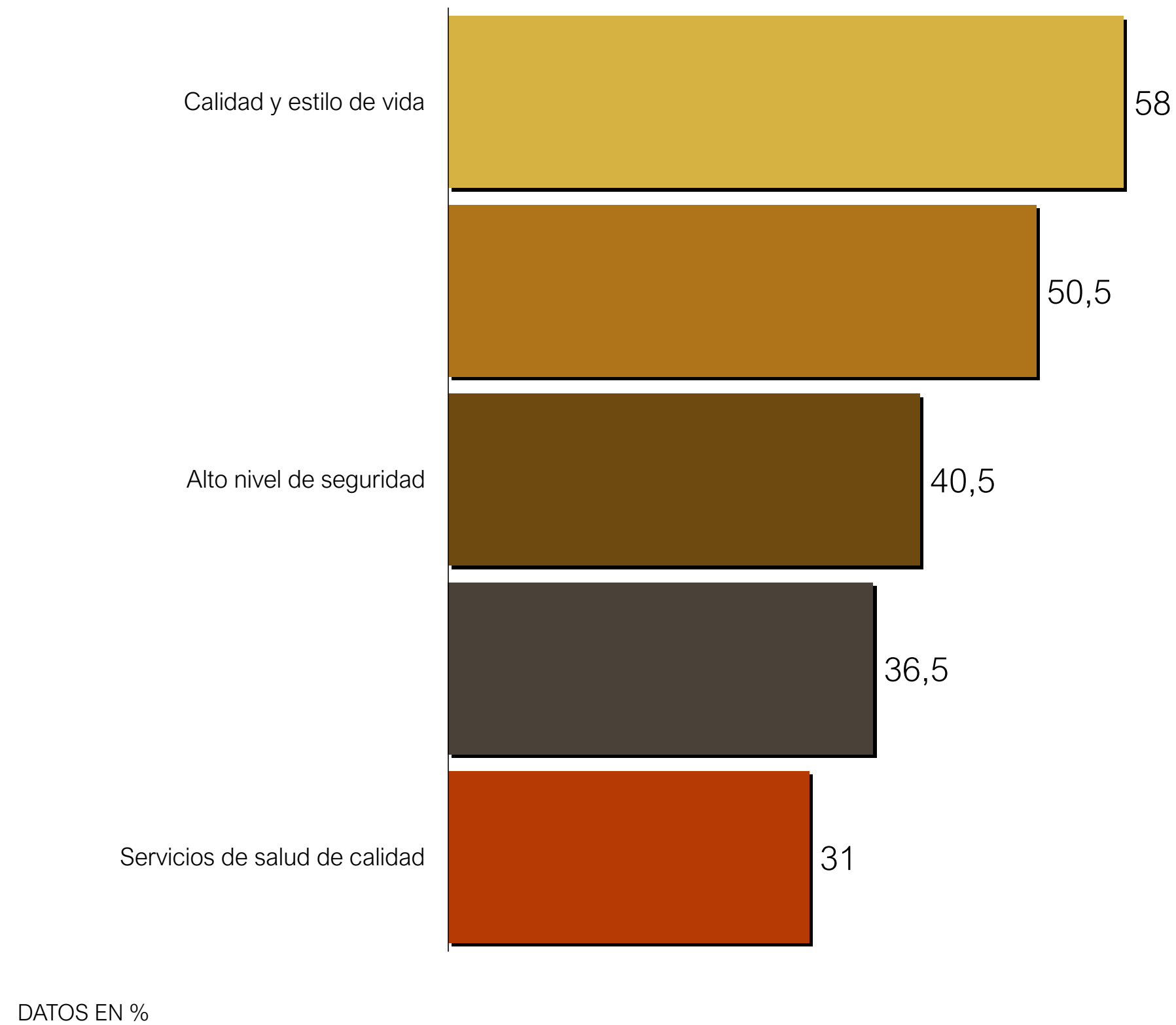
¿CUÁNTOS HAN NACIDO EN MADRID?



¿CUÁNTOS VIVEN EN MADRID?

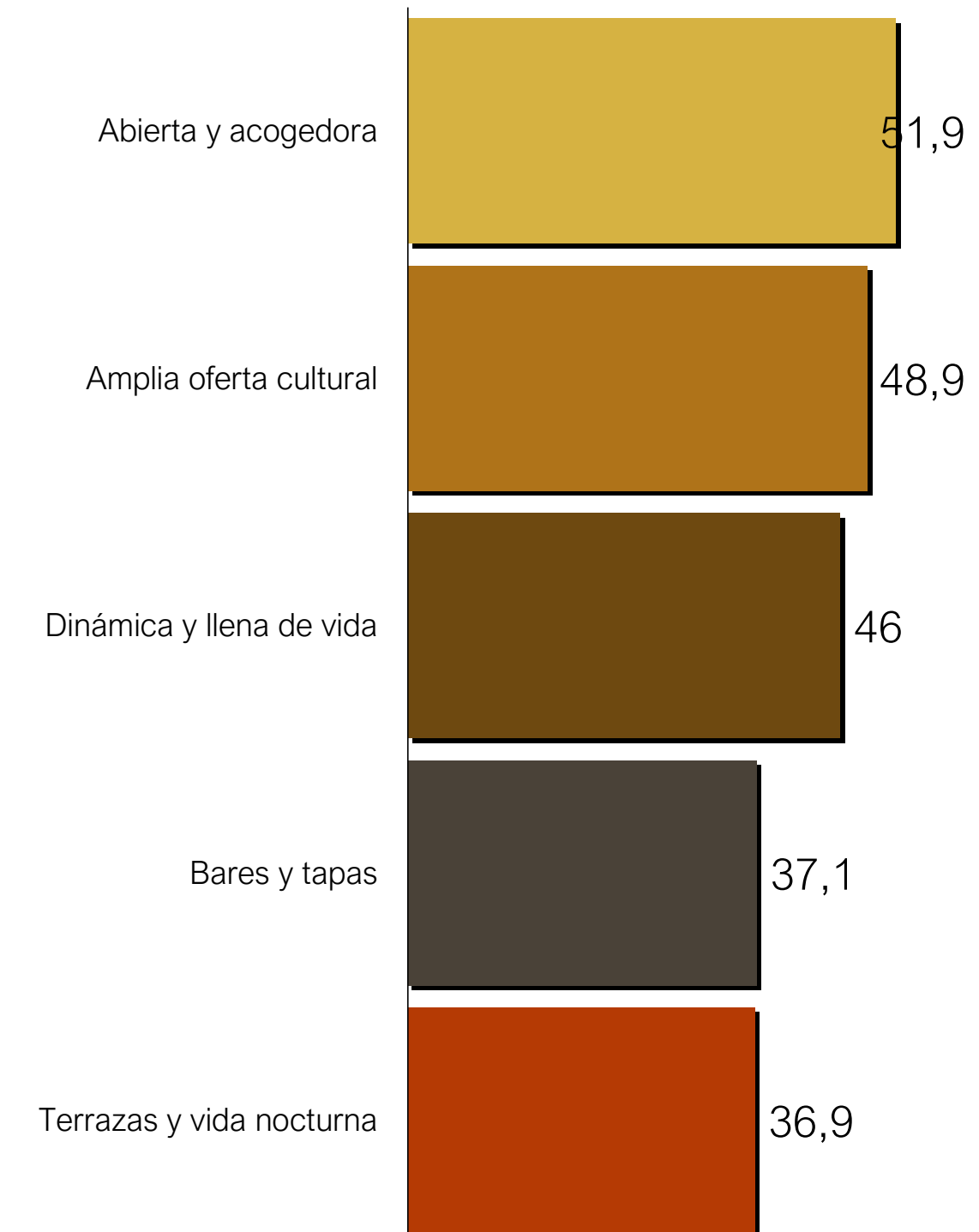


# Lo **aspectos más valorados al elegir una ciudad para vivir son la calidad y el estilo de vida, junto con las oportunidades laborales**



Madrid tiene una gran oportunidad de posicionamiento ya que es **conocida** por **cuatro de los cinco** aspectos principales que las personas tienen en cuenta cuando eligen su lugar de residencia.

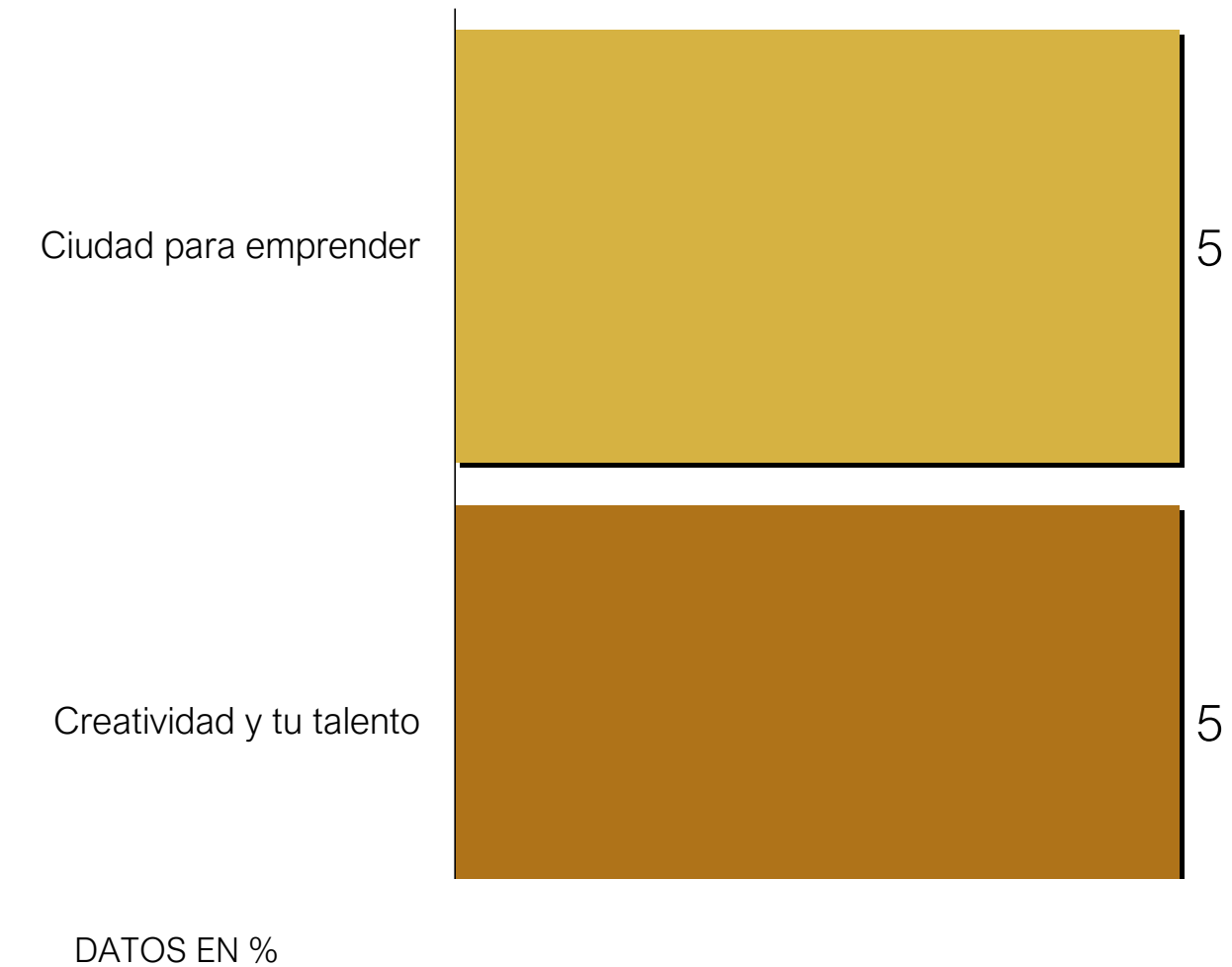
# Los atributos con los que **más** se asocia Madrid son cultura, apertura, dinamismo, vida social y nocturna



DATOS EN %

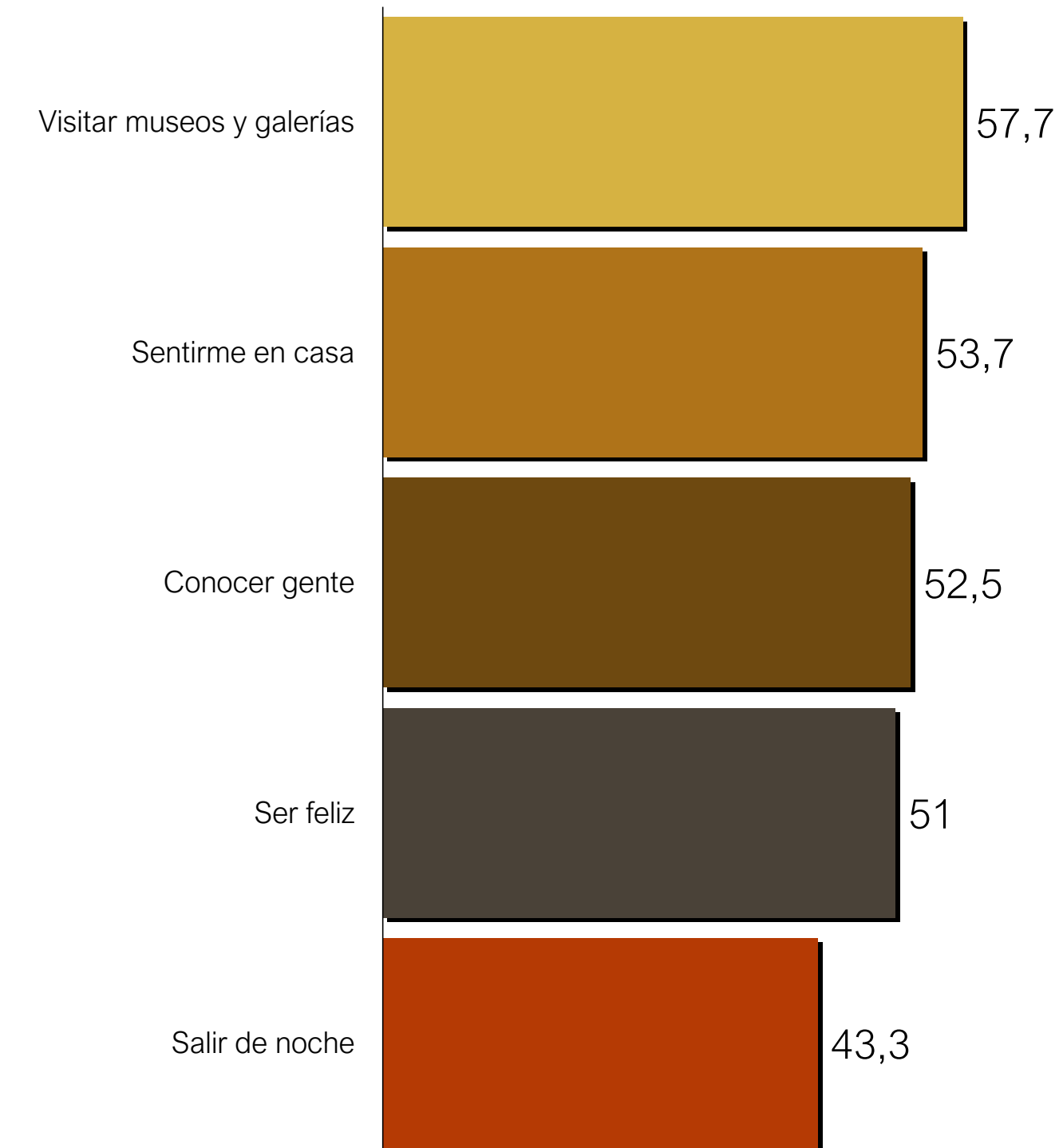


# Y aquellos aspectos con los que **menos** se relaciona a Madrid son innovación, creatividad y talento, y emprendimiento



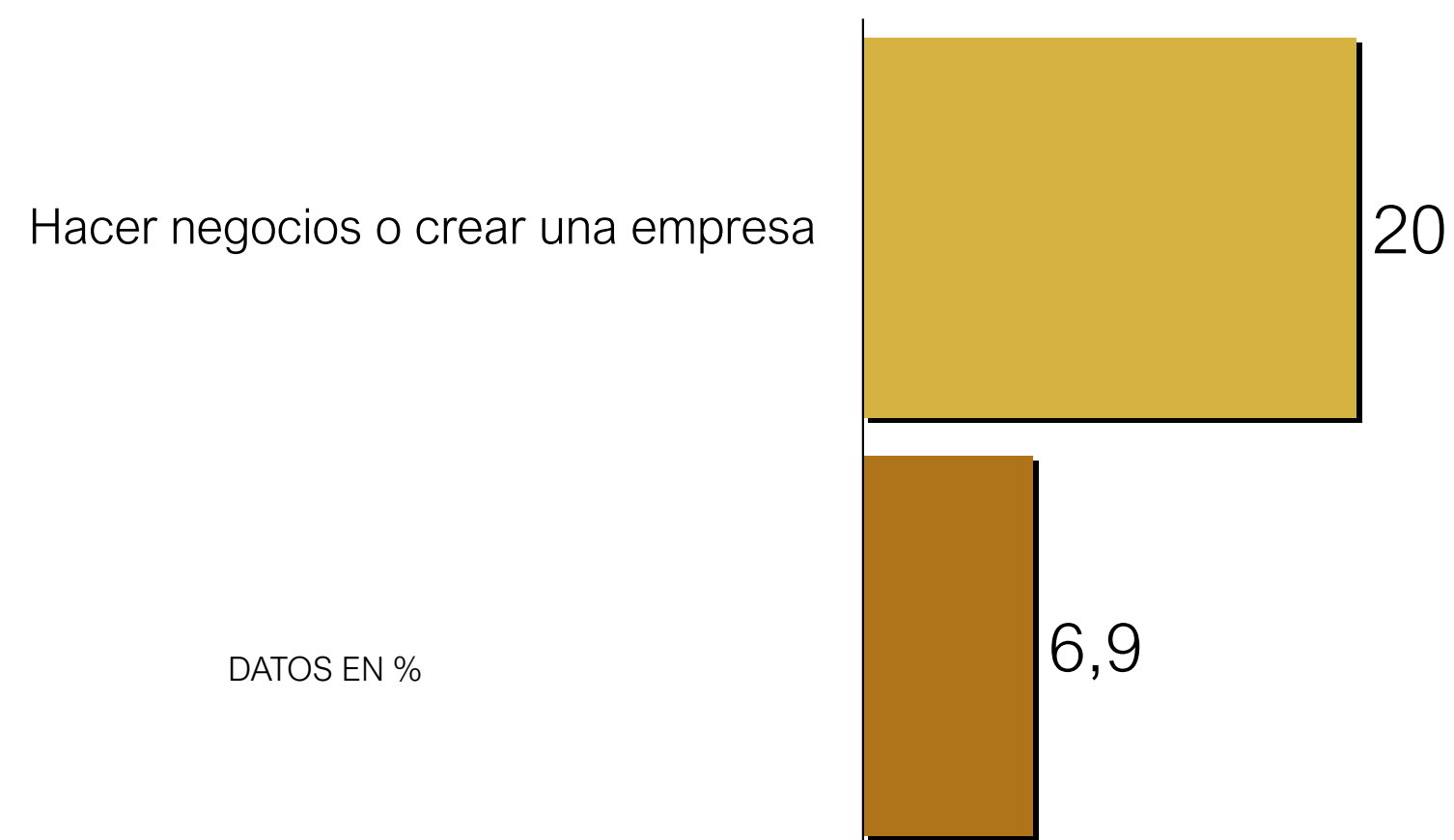
Siendo las oportunidades laborales la segunda razón más importante de los encuestados a la hora de elegir una ciudad, **eleva la competitividad de la ciudad** en torno a la innovación, el talento y el emprendimiento *será crucial para Madrid de cara al futuro.*

# Lo que **más gusta** de Madrid es que uno puede visitar museos y galerías, conocer gente, sentirse feliz y en casa y salir de noche



DATOS EN %

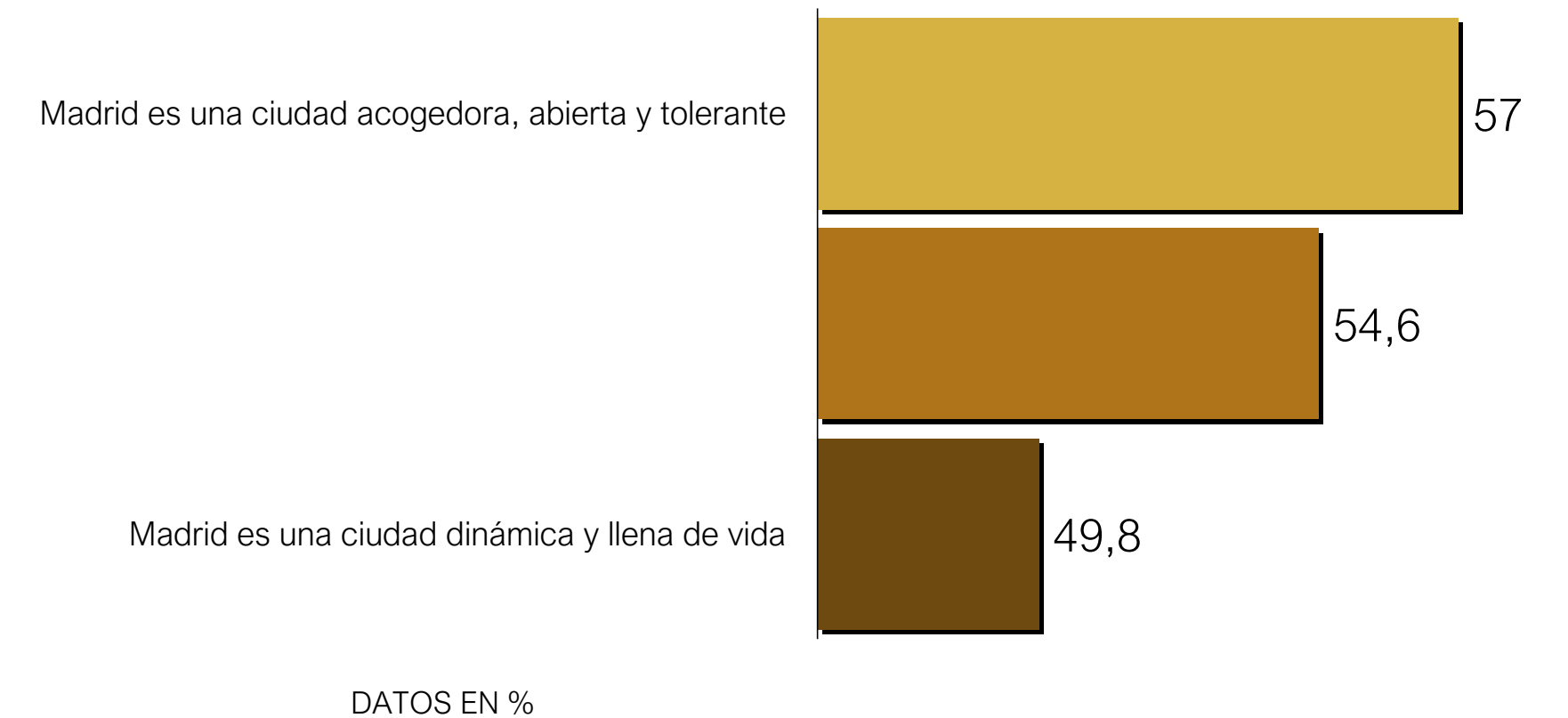
# Sin embargo sólo una **minoría** asocia Madrid con aspectos de negocios, empresariales o de innovación



Esto es un gran foco de atención, ya que pese a ser una ciudad muy productiva y trabajadora, y de tener una gran actividad económica, parece ser que es algo que no se está comunicando con eficacia.



# Madrid se **diferencia** por ser una ciudad vibrante con una gran oferta cultural que se disfrutarse en la calle



La gran mayoría de los encuestados señalaron que Madrid es una **ciudad vibrante con gran oferta cultural, callejera, abierta y acogedora.**

Además, es una **ciudad dinámica y viva en la que te sientes como en casa** y que tiene un **gran estilo y calidad de vida.**



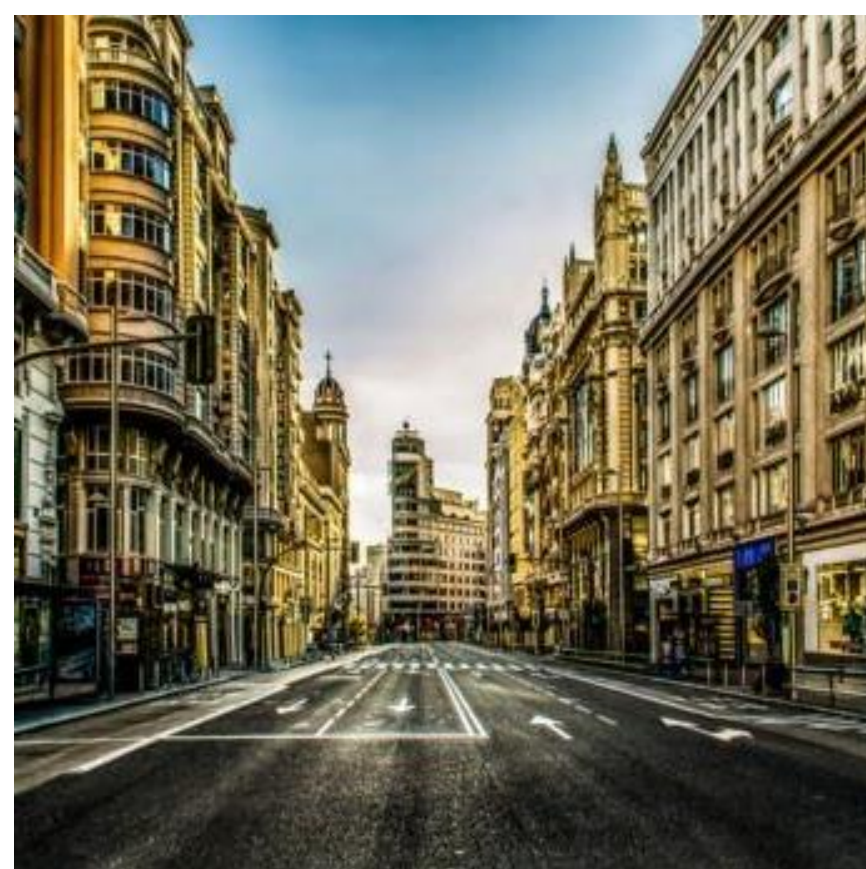
Existen un sinnúmero de lugares **icónicos** en Madrid, pero los más reconocidos son la Puerta del Sol, el Museo del Prado y la Gran Vía



**La Puerta del Sol**  
57,8%



**El Museo del Prado**  
56,1%



**La Gran Vía**  
50,5%



**La Puerta de Alcalá**  
43,2%



**La Cibeles**  
32,2%



# La gran mayoría de los usuarios afirman sentir una **fuerte conexión emocional** con Madrid y que estar en Madrid es **sentirse en casa**.

Entre los sentimientos que inspira la ciudad, la mayoría de los encuestados dicen sentirse como **en casa** (64,8%) cuando están en Madrid, además de **a gusto** (52,9%), **libres** (50,4%) **y felices** (42,2%).

Aunque es una ciudad **llena de vida** que te hace sentir **acogido**, el 33,4% de los usuarios dicen haberse sentido **estresados** en la urbe.



# Estudio cualitativo

Escucha y monitoreo de Comunidades Online

# El estudio cualitativo en cifras

Estudio desarrollado entre el 7 de Julio 2020 y el 15 de Julio de 2020 mediante focus group a través de plataforma online

**4** grupos de trabajo  
(focus group)

**5** días de trabajo  
continuo

**72** personas de diferentes  
nacionalidades

Personas que han **visitado** Madrid y residen en Francia, Inglaterra, Holanda, Portugal, EEUU, Brasil, Perú, México

Personas que **no han visitado** Madrid

Personas **nacidas** en Madrid que residen en Madrid

Personas **no nacidas** en Madrid que residen en Madrid

# Validación de atributos diferenciales

## Asociaciones espontáneas

Los conceptos más repetidos fueron:

- Acogedora
- Gente cálida y cercana
- Sorprendente
- Segura
- Histórica
- Arquitectónica
- Museística
- Cultural
- Callejera
- Gastronómica
- Divertida
- Alegre
- Fiestera
- Nocturna
- Ciudad de cañas

Los atributos diferenciales de la ciudad de Madrid identificados en los focus group **coinciden** en su gran mayoría con los identificados en las encuestas

## Madrid es...

Y Madrid es calle, que es como el hogar común de todos. Seas madrileño o foráneo, en la calle todos nos sentimos como en casa. 2:50 PM ✓

Madrid es en esencia la misma ciudad siempre pero tiene la capacidad de sorprenderte gracias a que se actualiza constantemente. 5:20 PM ✓

Fiesta, cañas y amigos. 9:27 PM ✓

Para mi es Barrio, es real, es sol de invierno, es cultura y arte, es pluricultural, es cercana, es de colores y es de todo el mundo. 8:13 AM ✓

# Una gran ciudad con oportunidades de mejora...

Dentro de las áreas de **mejora** de la ciudad, lo más mencionado fue:

- Zonas verdes
- Limpieza
- Carril bici
- frecuencia del transporte
- Precio de alquileres
- Gentrificación y pérdida de los comercios tradicionales
- Preserva de autenticidad

En resumen fijarse en los barrios vaya

9:27 PM ✓

Eso iba a decir yo. Creo que el tema alquileres es un tema muy candente: cada vez más elevados, es muy difícil tener un piso decente a buen precio...

8:03 AM ✓

Yo creo que el carril bici es esencial

3:17 PM ✓

También me parece importante que no se pierdan los comercios locales y los mercados de los barrios

5:38 PM ✓



# En comparación con otras ciudades Madrid es **tolerante, viva, única**

- Madrid es una ciudad moderna
- Otras ciudades se perciben más impersonales en su trato con la gente.
- Es una ciudad viva en la que hay gente en las calles todo el día, también de noche. Madrid es gay friendly y apasionada del fútbol.

Pero justo es eso... la combinación de idioma, historia, comida. 9:20 PM ✓

De acuerdo... totalmente gay friendly lo que deja en claro que la ciudad es moderna, socialmente avanzada y conectada con su tiempo.

Creo que Londres, NY o Paris, que son comparables son ciudades más impersonales en su trato con la gente, es un tema cultural. 5:20 PM ✓

De acuerdo viví en Roma, CDMX, Londres, Paris y actualmente en NY y de todas la que me hizo sentir en casa y que más extraño sin duda es Madrid pues es la que sentí más similar a México. 2:51 PM ✓

## Atributos |

Madrid es muchas ciudades en una

## Oportunidades |

En el balance entre autenticidad y apertura está la clave del éxito

## Comparativa |

Ciudad social, se disfruta más cuando se comparte

“No solo hay un Madrid para cada persona, hay un Madrid para cada momento de la vida de uno, que satisface tus necesidades dependiendo de la época en la que te encuentres.”

“Para mí, Madrid es frontal y auténtica, creo que en eso está su mayor fortaleza, que no se maquilla demasiado y se presenta con lo que tiene. A mi me parecería negativo que se pierda esa autenticidad por buscar hacerse más amigable al turismo, creo que encontrar ese balance entre accesibilidad y genuinidad sería ideal”

“La caña es la excusa por excelencia para juntarte. Da igual que tomes vino, quedas para una caña. Solo el domingo la caña cede el trono al vermut en la jerarquía de las excusas. Cuando éramos más jóvenes las terrazas estaban en el suelo, ahora los tejados están llenos de ellas. Parece que lo de «de Madrid al cielo» nos lo estamos tomando con fuerza y con altura.”



# Conclusiones

# Conclusiones clave: puntos fuertes a desarrollar

La demanda general |

## Sostenibilidad

“Ciudad demasiado dominada por la movilidad de los coches, los espacios de encuentros como ciudad.”

Pese a ser considerada una ciudad poco sostenible sus índices de contaminación son mejores que otras ciudades destino. La sostenibilidad se repite consistentemente como uno de los grandes valores en los que la ciudad debe de trabajar para ser referente como ciudad destino.

Demanda |

## Mejores servicios en menos tiempo

“La ciudad de los 15 minutos. Que te permita tener todo sin necesidad de perder tiempo. Una ciudad rentable.”

Potenciar una ciudad amable, el urbanismo de 15 minutos, permitiendo a los habitantes disponer de todos los servicios posibles empleando el menor tiempo posible.

# Conclusiones clave:

## Atributos diferenciales |

atributos por los que Madrid es conocida y que le hacen relevante frente al resto de ciudades

## Calidad de vida | Dinamismo

## Atributos complementarios |

diferencian a Madrid y complementan a los anteriores otorgándole su personalidad

## Apertura | Facilidad

“Madrid es una ciudad con una gran calidad de vida, donde se vive muy bien y donde puedes hacer de todo, personal y profesionalmente”

“Madrid es amable, abierta, culta y divertida.”

“Para mi Madrid es frontal y auténtica, creo que en eso está su mayor fortaleza, que no se maquilla demasiado y se presenta con lo que tiene.”

“Sin duda resaltaría la seguridad de Madrid y la cercanía de la gente, creo que más que la caña es el ambiente de la caña (o del vino), y que solo el ambiente te motive, conocer a los de la mesa de al lado... “

La caña es la excusa por excelencia para juntarte. Da igual que tomes vino, quedas para una caña. Solo el domingo la caña cede el trono al vermut en la jerarquía de las excusas. Cuando éramos más jóvenes las terrazas estaban en el suelo, ahora los tejados están llenos de ellas. Parece que lo de «de Madrid al cielo» nos lo estamos tomando con fuerza y con altura.”

## Conclusiones clave: ámbito de comunicación

# Territorio | Ciudad disfrutable e incansable

atributos que Madrid tiene y ha de comunicar

Madrid vive en el presente y se disfruta a cada instante con un dinamismo y una energía continua en el tiempo. La vitalidad de la ciudad y el carácter cercano de los madrileños definen el valor diferencial de la ciudad.

Propiciamos un entorno fértil en el que los ciudadanos pueden prosperar a nivel personal y profesionalmente. Acogemos empresas internacionales en el mercado español, y facilitamos la creación nuevas empresas con el talento nacional.

## Conclusiones clave: ámbito de comunicación

# Atributos necesarios | Innovación y sostenibilidad

atributos que Madrid tiene y ha de comunicar

Innovación, sostenibilidad y ciudad inteligente son necesarios para ser considerados líderes y estar presentes en el mundo.

Aunque no serán los valores diferenciales determinante de la ciudad de Madrid, necesitan ser trabajados para continuar siendo competitivos y relevantes.

“Fomentar la innovación atrae talento”

“Construir un rollo local“

“Go green, go digital, go fair.”

“Crear un nuevo Madrid con un modelo propio de innovación.”

“Un eje debería ser el bienestar social, la sostenibilidad y la digitalización.”

“Me gustaría que Madrid fuera una ciudad eficiente y sostenible. ”

## **Conclusiones clave:** Los pequeños detalles marcan la diferencia

La diferencia radica en sus **habitantes**, en las **personas**, en esas conexiones débiles que crean vínculos potentes que establecen la vertebración de la ciudad.

*Go green, go fair, go digital* es un “must”. Pero no va a establecer un valor diferencial de Madrid respecto a otras ciudades porque es lo que todo el mundo está trabajando.



# Conclusiones clave: atributos

Atributos que Madrid tiene y ha de comunicar

Ciudad disfrutable e incansable

Atributos diferenciales

Calidad de vida. Dinamismo

Atributos complementarios

Apertura. Facilidad

Atributos que Madrid trabaja y necesita comunicar

Sostenibilidad. Innovación. Ciudad inteligente

# COVID-19

Análisis de situación global



# COVID I un problema global con nula identificación con la ciudad

siendo su [gestión mejor valorada en el exterior](#) que en casa

- El COVID afecta al mundo, no sólo al turismo en Madrid. El temor es generalizado al virus, no a una localidad en particular.
- En general, todos tienen una buena opinión acerca de la gestión de España frente al COVID. Se considera que la pandemia se manejó con responsabilidad y que el modelo de gestión es un referente para otros países.

La gestión de España creo que ha sido muy responsable frente al Covid a diferencia de USA

2:51 PM ✓

En Uk la mayoría de la gente piensa que la gestión de la pandemia y el lockdown en España fue efectuada con mas responsabilidad que aqui

1:51 PM ✓

Entre mis conocidos todos tienen una buena opinión del manejo de España, y también se habla mucho de la conciencia de los españoles...

6:17 PM ✓

Porque la gente que ya ha visitado España querrá volver en un futuro por todo lo maravilloso que es este país. Por mi parte yo sí quiero regresar a España en un futuro.

5:21 PM ✓

La pandemia y los nuevos lockdown locales en España van a afectar el turismo en Madrid, pero considerando que la misma situación se presenta en todo el mundo no creo que se va a poder notar, o por lo menos no va a ser muy evidente.

6:04 PM ✓

# COVID | TURISMO

El turismo empezará a reactivarse localmente, con precios competitivos, lugares de interés sanitizados y con menos aforo

## reto | sensación de seguridad, básico para la reapertura

“El turismo a nivel mundial se va a ver afectado de muchas maneras. [...]

Para mitigar los efectos de la pandemia toda la industria turística de la ciudad va a tener que aprender a **adaptar su oferta a una nueva manera de hacer las cosas**, evitar aglomeraciones, tomar medidas sanitarias rigurosas, etc. y repensar la forma de hacer turismo para que sea absolutamente seguro sin dejar de ser atractivo para la gente.”

Para los exploradores ahora quizá busquemos ciudades que estén equipadas con buenos hospitales o servicios médicos. Por si las dudas.

6:17 PM ✓

Las personas que compraron pisos para hacer Airbnb bajarán sus precios también para poder pagar sus hipotecas y seguirá siendo una competencia fuerte para el sector hotelero.

9:37 PM ✓

La flexibilidad en las reservas de hoteles y transporte será muy importante. Me parece que por lo pronto también los viajes tenderán a ser más cortos, en caso de cualquier contingencia.

7:31 AM ✓

Para mitigar los efectos de la pandemia toda la industria turística de la ciudad va a tener que aprender a adaptar su oferta

7:31 AM ✓

# COVID-19 | Conclusiones clave

“Como tuvieron una crisis tan fuerte tan rápido todos se alinearon lo más posible.”

## COVID | Un problema global, no solo nacional

Un problema global que afecta a todos por igual.

El COVID-SARS ha generado un **reto global** poniendo al límite sistemas sanitarios y financieros. Adaptando cada país unas medidas en función de las necesidades particulares de cada ciudad.

## COVID | Un referente en gestión y disciplina

Nuestra forma de afrontar la crisis nos ha permitido salir con una imagen airosa y referencia en el mundo.

Nuestras ayudas a personas necesitadas, el hospital de IFEMA, las fases de desescalada son **referencias** a nivel global, motivo por el que vienen a consultarnos

## COVID | Comunicar seguridad es la clave.

Sentimos ser menos de lo que realmente **somos**.



MADRID