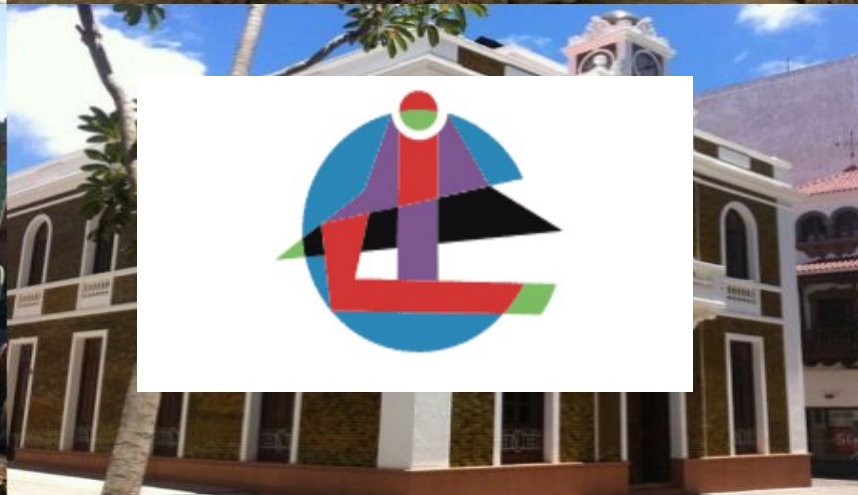




**Centros de Arte,
Cultura y Turismo**

**ANÁLISIS DE RESULTADOS.
MODELO DE ESCUCHA DE VISITAS
INFORME OPERATIVO. Q1 2021**



Índice

Objetivo y Ficha Técnica.....	3
Recomendación.....	4
Expectativas.....	5
Relación Calidad/Precio.....	6
Calidad Percibida.....	7-10
Aportaciones de los visitantes.....	11-12
Conclusiones y Recomendaciones.....	13

Objetivo y ficha técnica

Objetivo	Conocer la Voz del Cliente y sistema de escucha de VISITA de la red de Centros de Arte, Cultura y Turismo, basado en estándares internacionales.						
Universo	Cientes CACT	Trabajo de Campo	01/01 al 31/03 del 2021		Análisis		Customer Experience
Alcance	VISITA	Metodología	Cuestionarios en IPADs				
		Castillo de San José-MIAC	Cueva de los Verdes	Jameos del Agua	Jardín de Cactus	Montañas del Fuego	Mirador del Río
Error Muestral Global	± 5.4% 95%	± 56.6%	± 23.1%	± 14%	± 8.2%	± 98%	± 9%
Muestra Global	331 encuestas	3	18	49	142	1	118

Notas:.NC 95 = Nivel de confianza al 95%, aquellos centros marcados en azul, con un Error Muestral inferior al 5% son aquellos que obtienen suficiente fiabilidad en sus resultados.

Recomendación

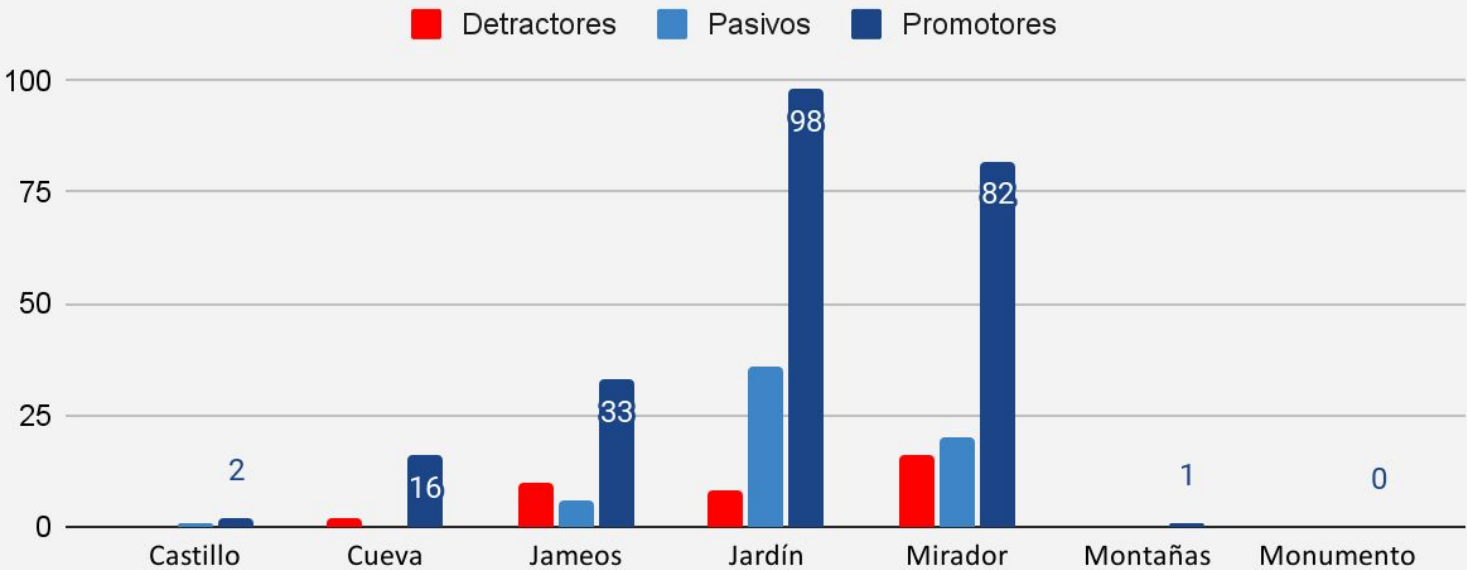
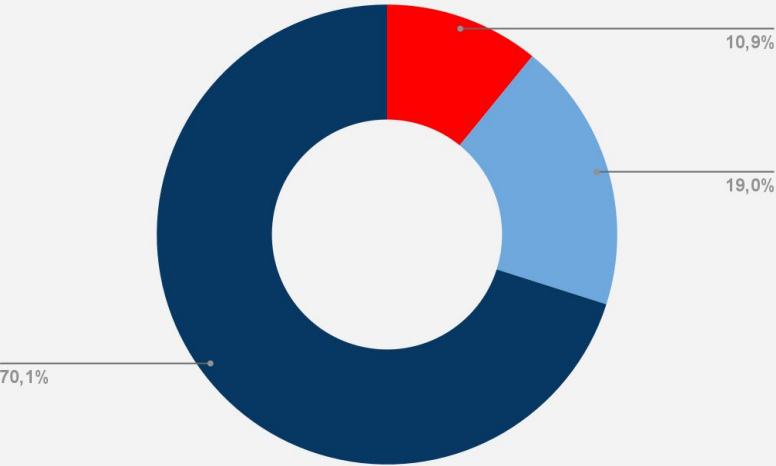
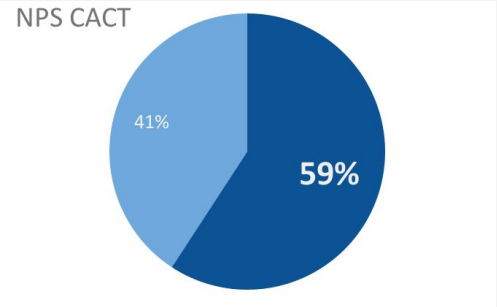
Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción y mide la capacidad que tiene la empresa de retener a sus clientes.

Promotores (Positiva = 9 y 10)

Detractores (Negativa = 1, 2, 3, 4, 5 y 6)

Indecisos (Neutro = 7 y 8)

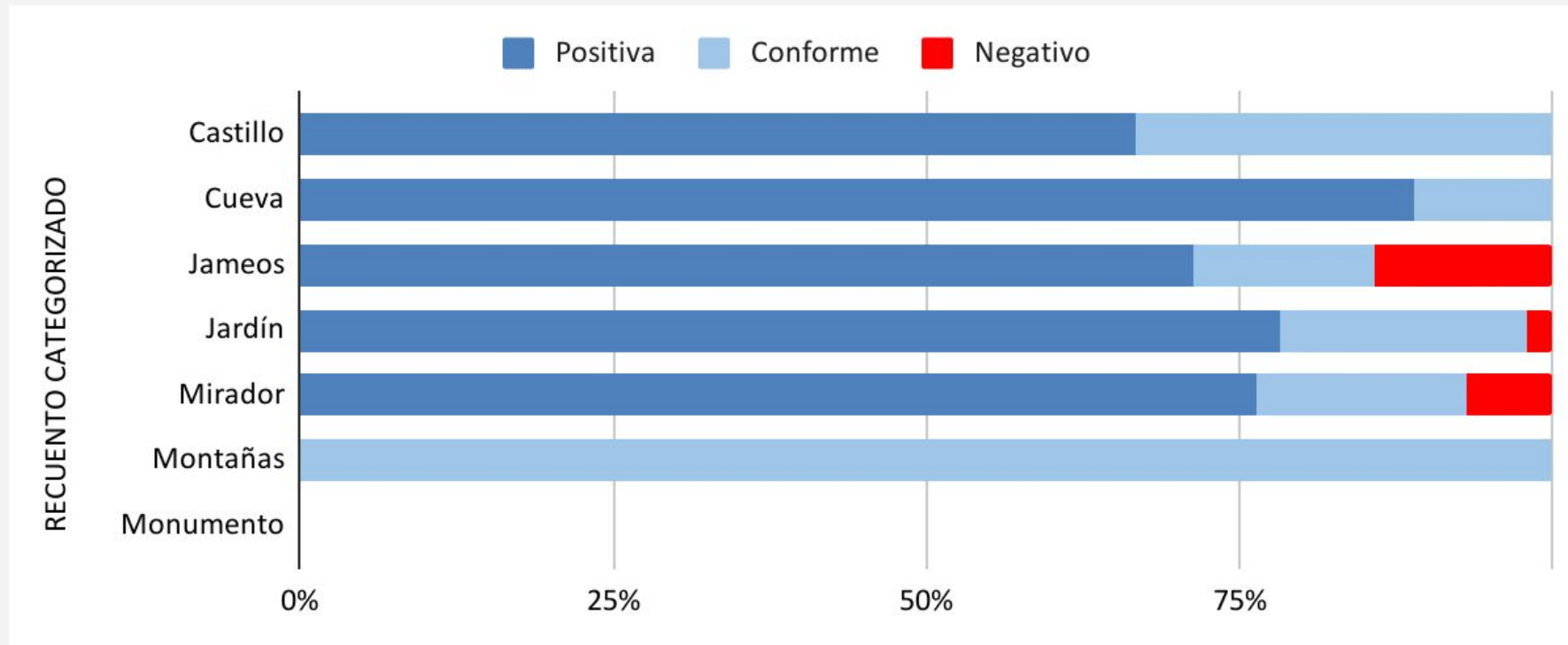
El NPS de los CACT se sitúa en un **59%**, nos recomiendan el **70%** de los visitantes



Expectativas

La expectativa del cliente. Supone el nivel de referencia que espera el consumidor del producto o servicio que adquiere. La expectativa actúa como modulador de la calidad percibida del servicio. Si los clientes han partido de expectativas altas, la experiencia de consumo, lo que denominamos “calidad percibida”, no resultará tan satisfactoria como si sus expectativas iniciales fueran menos exigentes.

La expectativa en las visitas **CACT** son superadas en el 77%,
se superan en Cueva, Jameos, Jardín y Mirador (Cueva y Jardín superan la media CACT)



Positiva = Mucho mejor de lo esperado + Mejor de lo esperado.

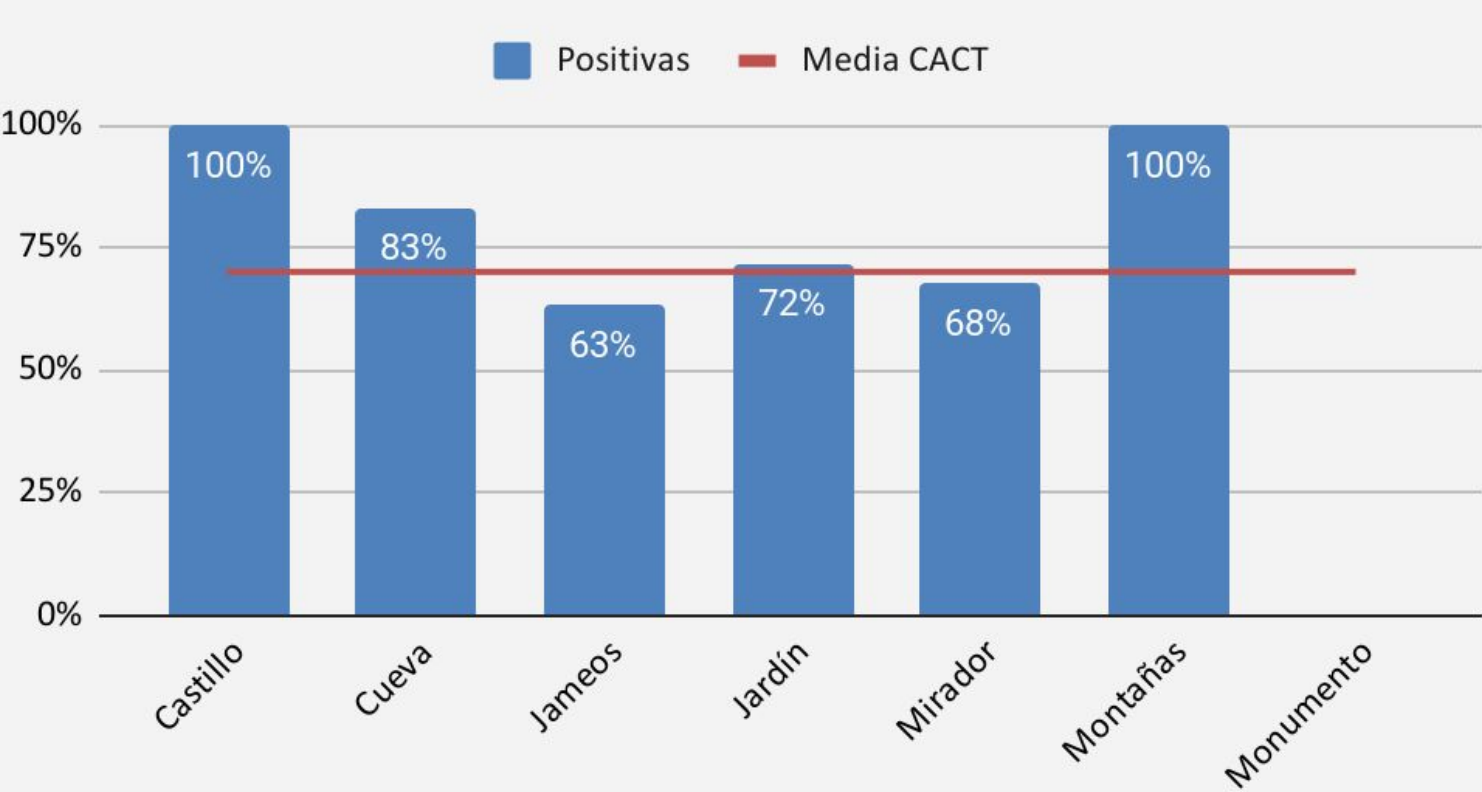
Conforme= Conforme lo esperado

Negativo= Peor de lo esperado + Mucho peor de lo esperado.

Relación calidad/precio

es el valor del servicio o racionalidad del precio percibido por el cliente, modula el impacto de las expectativas y la calidad percibida sobre la satisfacción.

66% de los visitantes CACT valora positivamente la calidad precio



	Positiva	Negativo	Neutral
Castillo	100%	0%	0%
Cueva	83%	11%	6%
Jameos	63%	14%	22%
Jardín	72%	21%	7%
Mirador	68%	17%	15%
Montañas	100%	0%	0%
Monumento			

Calidad Percibida

La **calidad percibida**. Es un componente clave en la determinación de la satisfacción del cliente. Supone la forma en que percibe y experimenta el servicio y producto.

Influye en la satisfacción a través de dos vías:

- **Una vía directa.** La propia percepción positiva o negativa del servicio o producto consumidos genera la satisfacción resultante.
- **Una vía indirecta** a través del valor del servicio. Los efectos de la calidad percibida en la satisfacción serán diferentes en función de cómo considere la relación calidad precio.



Entorno
Natural



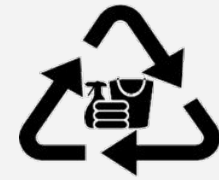
Interacción
arte-naturaleza



Estado de
conservación
del Centro



Limpieza
de aseos



Limpieza
del Centro



Tranquilidad
durante la
visita



Amabilidad y
profesionalidad
del personal



Información
recibida



Tiempo de
espera

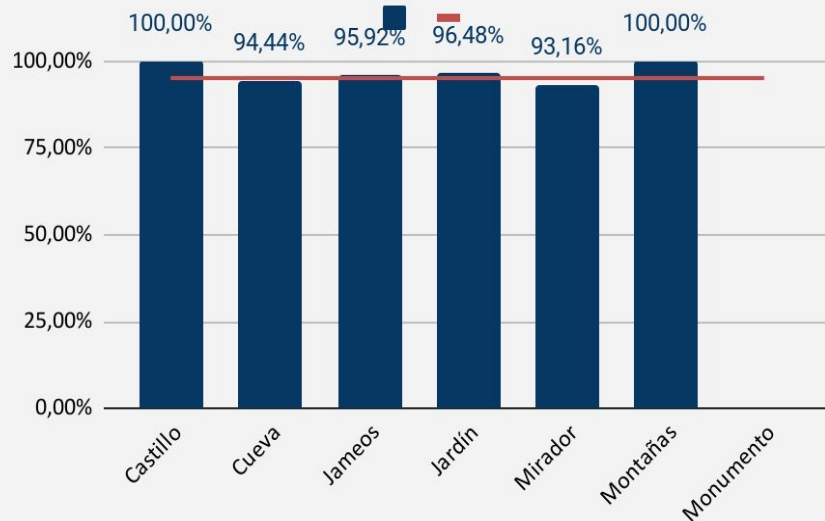
Calidad percibida

Positiva = Muy bien + bien

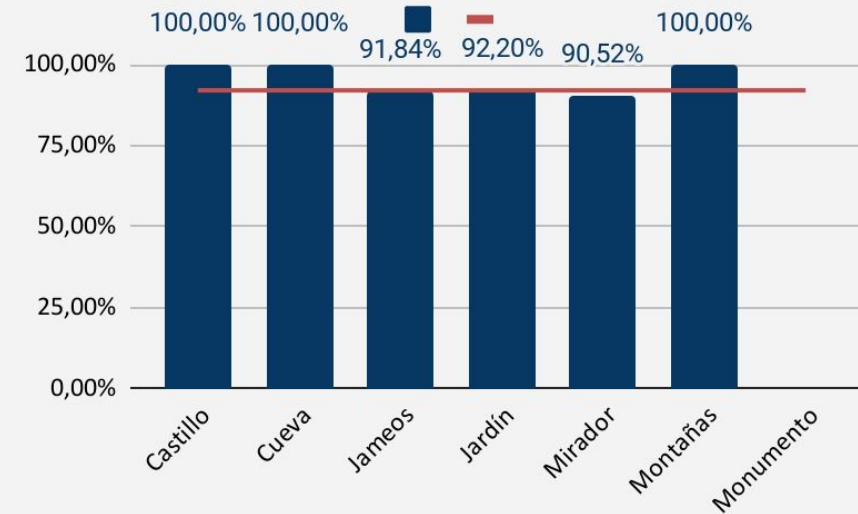
Negativa = Mal + Muy mal



Entorno
Natural



Interacción
arte-naturaleza



El Entorno Natural y la Interacción arte-naturaleza son valorados por los visitantes positivamente y mantiene a nuestra red dentro de unos valores porcentuales altos **95,15%** y **92,07%** respectivamente.

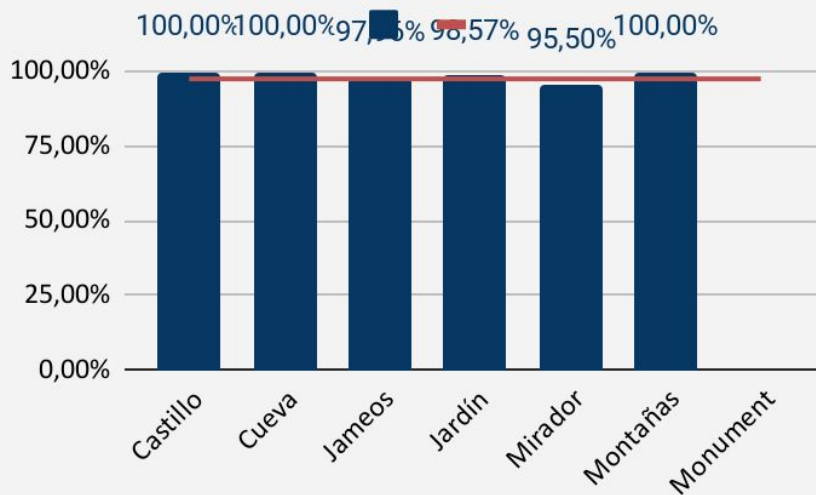
Calidad percibida ☐ INSTALACIONES

Positiva = Muy bien + bien

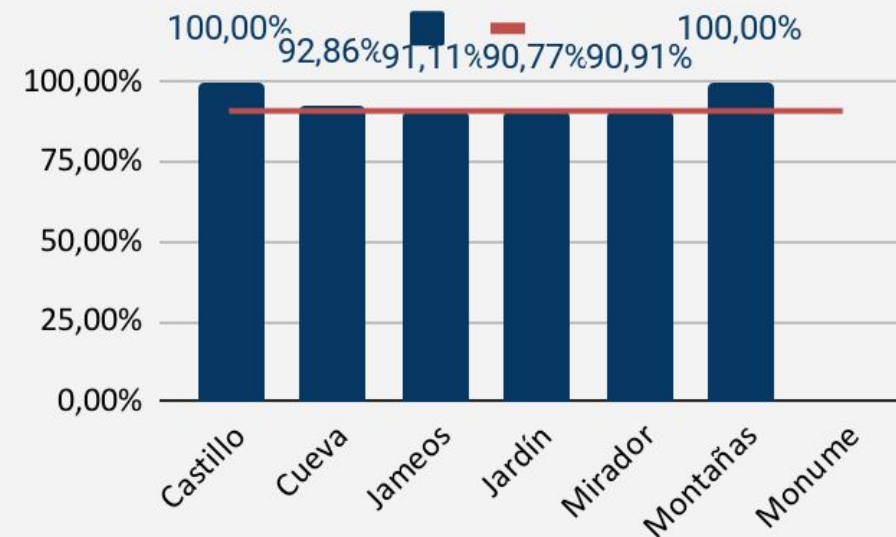
Negativa = Mal + Muy mal



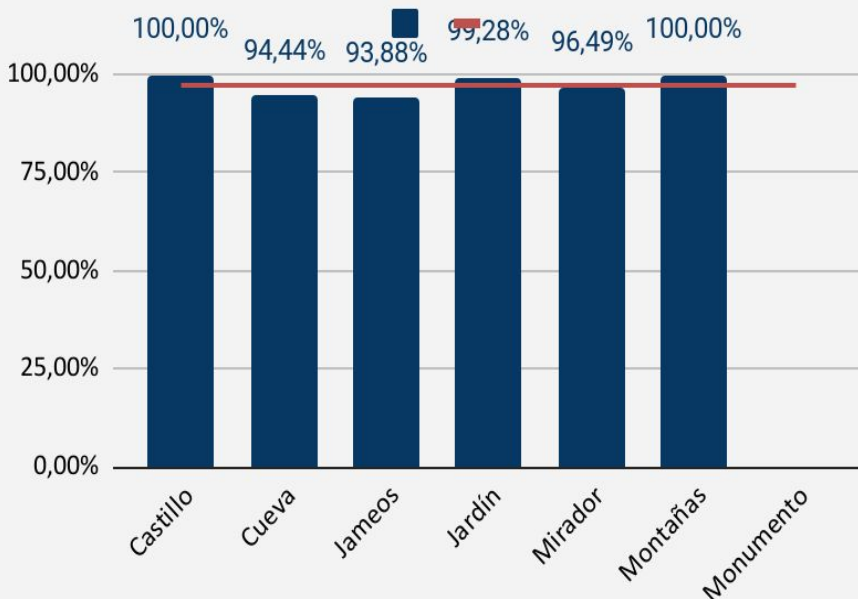
Limpieza
del Centro



Limpieza
de aseos



Estado de
conservación
del Centro



La **limpieza** del centro y **estado de conservación** son valoradas positivamente en el **97,5%** y **97,22%** de las valoraciones respectivamente. La limpieza de **aseos** se mantienen en valores medios del **91,06%**.

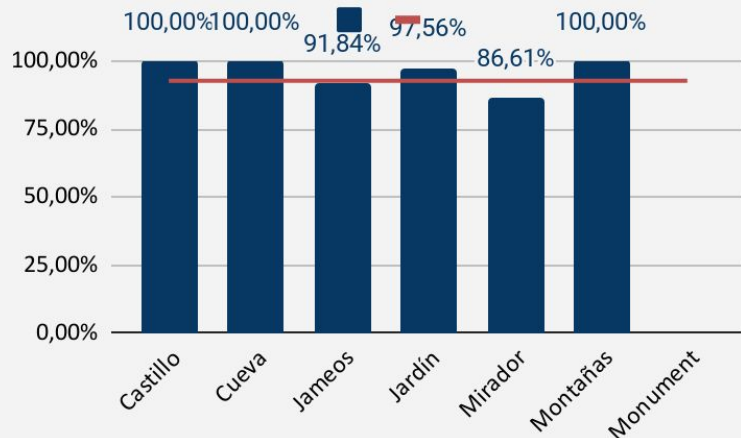
Calidad percibida ☐ SERVICIO

Positiva = Muy bien + bien

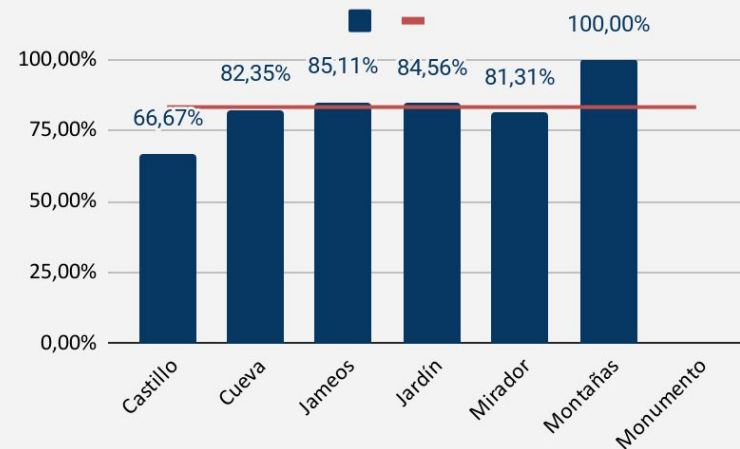
Negativa = Mal + Muy mal



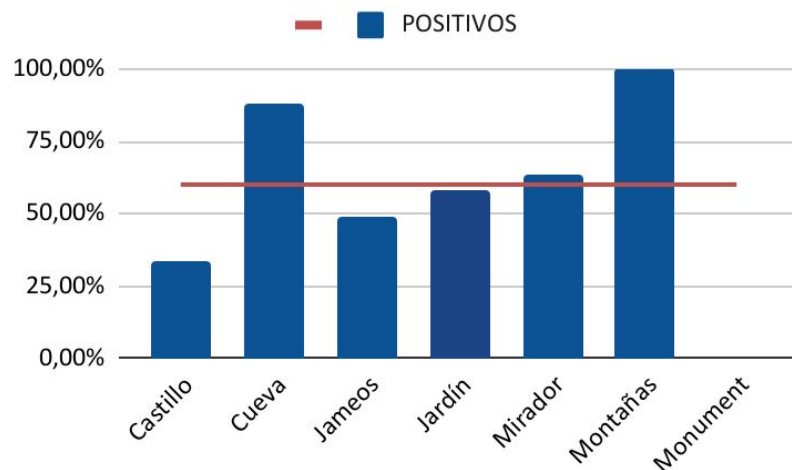
Tranquilidad
durante la
visita



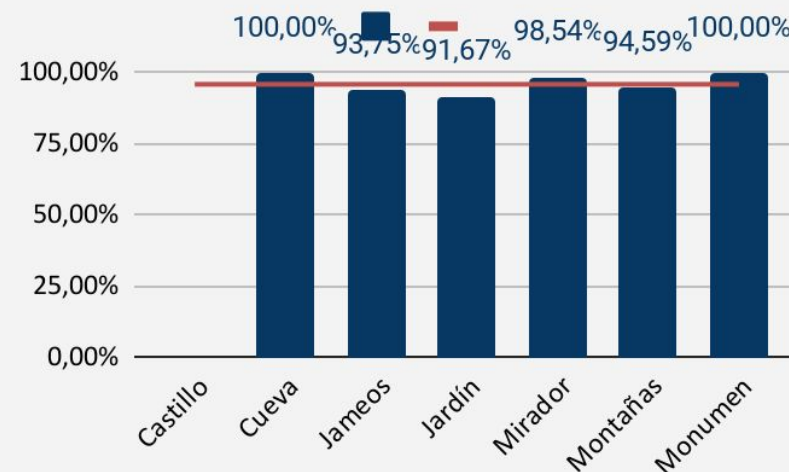
Amabilidad y
profesionalidad
del personal



Información
recibida



Tiempo de
espera



El tiempo de espera tiene una media de menciones positivas en el **95,89%** de casos, la tranquilidad del **92,76%**, la amabilidad y profesionalidad se sitúa en **83,28%** y la información recibida **60,06%** siendo este el parámetro menos valorado en su conjunto.

Aportaciones de los visitantes

Principales comentarios realizados en las preguntas abiertas de mejora

.

Aportaciones de los visitantes

La mayoría de clientes no realizan comentarios en las preguntas abiertas, 22 de 331 (un 6.6% de los mismos). El centro donde más muestra se recoge es Jardín de Cactus con 7 aportaciones. En general la queja más frecuente es el precio con 10 menciones y falta de información con 8.

JARDÍN DE CACTUS (7)

- **Elevada repetición:** Información (3), precio (2), seguridad en terrazas (1), otros (3).

MIRADOR DEL RÍO (7)

- **Elevada repetición:** Precio excesivo (4), información detallada del centro (1), otros (2).

JAMEOS DLE AGUA (6)

- **Elevada repetición:** Precio excesivo (4), información (2), parte del centro cerrada (2) otros (2).

CUEVA DE LOS VERDES (1)

- **Propuestas:** Mejorar visita, completar con JA (1), Mejorar visita, dar más información histórica (1).

CASTILLO DE SAN JOSÉ-MIAC (1)

- **Elevada repetición:** Información obras (1).

Conclusiones y Recomendaciones

Principales conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

- La **tasa de respuesta** debe mejorar en todos los centros, el error muestral global se sitúa en 5.4% (frente al 4.6% del trimestre precedente), individualmente todos están por encima del 5%, es decir, **no tenemos muestras representativas en ningún caso.**
- El **NPS global** se sitúa en un 59% (44% en el trimestre precedente), siendo Jameos del Agua el centro menos valorado con un NPS de 47% (tener en cuenta que solo se registraron 49 encuestas de JA).
- Los centros cumplen con las ***expectativas de los visitantes CACT*** a excepción de Montañas del Fuego (tener en cuenta que para este centro solo se registró una encuesta).
- En relación a la **calidad-precio** los centros más valorados son el Castillo (100%) y Montañas (100%), y los peores situados los Jameos y Mirador (tener en cuenta la baja representatividad).
- En cuanto a los **factores de calidad**, dado que en ningún centro se muestra tasa representativa, nos centraremos en ordenar **de los más a los menos valorados** en la muestra global:

Conclusiones

Trimestre precedente (Q4 2020)

(95,4%) -Estado de conservación
(94,7%) -Limpieza del centro
(94,0%) -Tiempo de espera
(93,5%) -Entorno natural
(89,9%) -Interacción arte-naturaleza
(89,7%) -Limpieza de aseos
(88,4%) -Tranquilidad durante la visita
(83,18%) -Amabilidad y profesionalidad del personal
(55,9%) -Información recibida

Trimestre actual (Q1 2021)

(97,50%) -Limpieza del centro
(97,22%) -Estado de conservación
(95,89%) -Tiempo de espera
(95,15%) -Entorno natural
(92,76%) -Tranquilidad durante la visita
(92,07%) -Interacción arte-naturaleza
(91,06%) -Limpieza de aseos
(83,28%) -Amabilidad y profesionalidad del personal
(60,06 %) -Información recibida