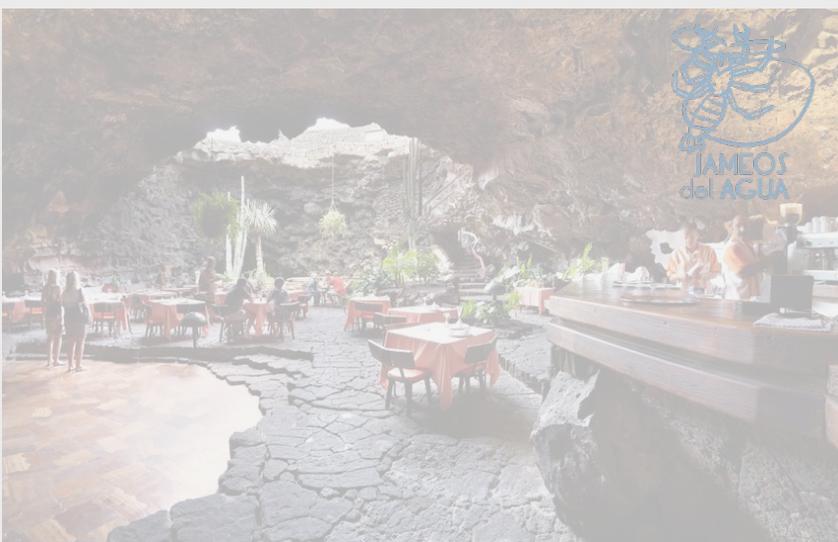




# ANÁLISIS DE RESULTADOS. MODELO DE ESCUCHA RESTAURACIÓN INFORME OPERATIVO. Q4 2021



# Índice

Objetivo y Ficha Técnica	3
Recomendación	4
Expectativas	5
Calidad-Precio	6
Satisfacción	7
Calidad Percibida	8
Conclusiones y Recomendaciones	14

# Objetivo y ficha técnica

Objetivo Ajustar el **sistema de escucha de restauración** de la red de Centros de Arte, Cultura y Turismo, basado en estándares internacionales.

Universo	<b>Clientes CACT</b>	Trabajo de Campo	<b>01/10 al 31/12 del 2021</b>	Análisis	<b>Customer Experience</b>
Alcance	<b>Restaurantes y Cafeterías</b>	Metodología	<b>Cuestionarios en IPAD y cuestionarios en papel</b>		

	Jameos del Agua	Montañas del Fuego	Casa-Museo del Campesino	Castillo de San José	Mirador del Río	Jardín de Cactus
--	-----------------	--------------------	--------------------------	----------------------	-----------------	------------------

Error Muestral Global	<b>2.4%</b>	<b>± 9.5%</b>	<b>± 5.8%</b>	<b>± 6.7%</b>	<b>± 13.4%</b>	<b>± 8.7%</b>	<b>± 3.2%</b>
Muestra Global	<b>1645 encuestas</b>	<b>107</b>	<b>279</b>	<b>209</b>	<b>53</b>	<b>127</b>	<b>870</b>

Notas: Error muestral calculado a un 95% de Nivel de Confianza. Los niveles marcados en rojo NO permiten extraer conclusiones fiables. En la exposición de datos de este informe se ha ponderado la MEDIA CACT.

Este trimestre los centros han permanecido cerrados la última quincena de marzo, por lo que en ese periodo no se han recogido encuestas.

En la

# 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)

## 37% de NPS en los restaurantes y cafeterías de los CACT

### Detractores, Pasivos y Promotores

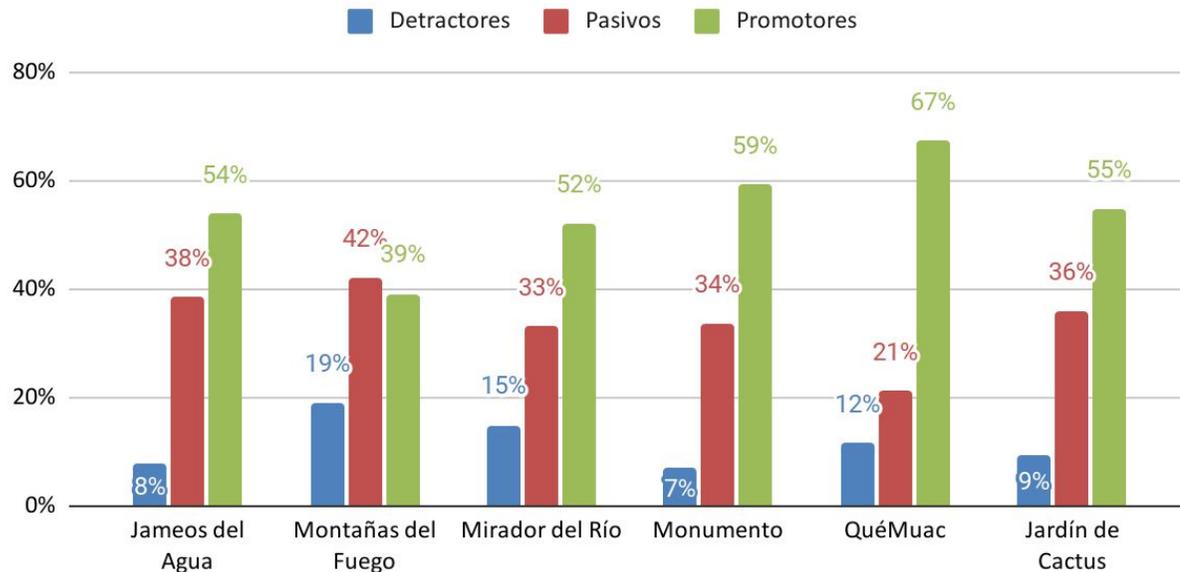
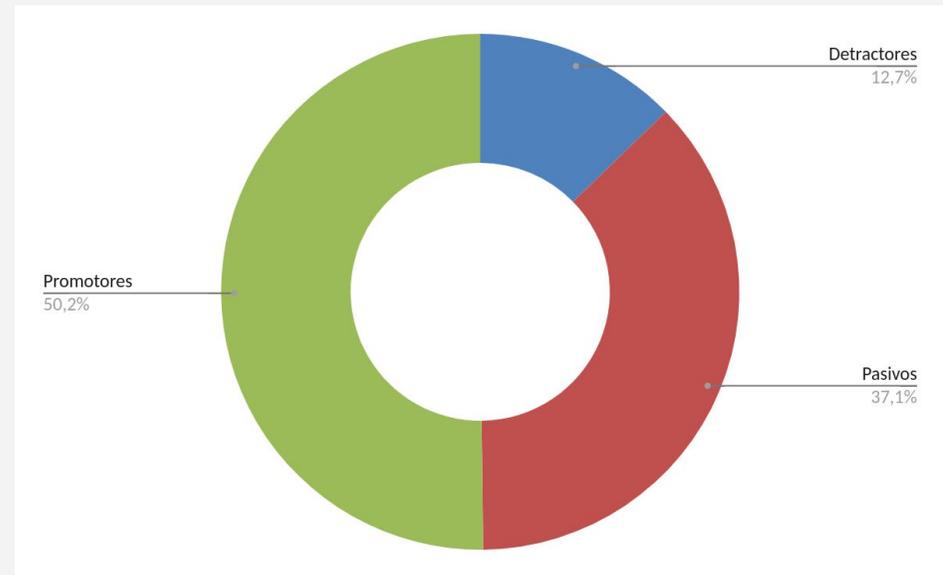
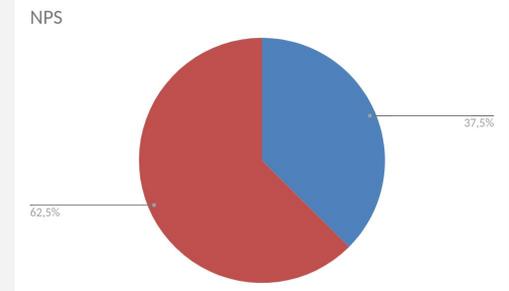


Tabla 22

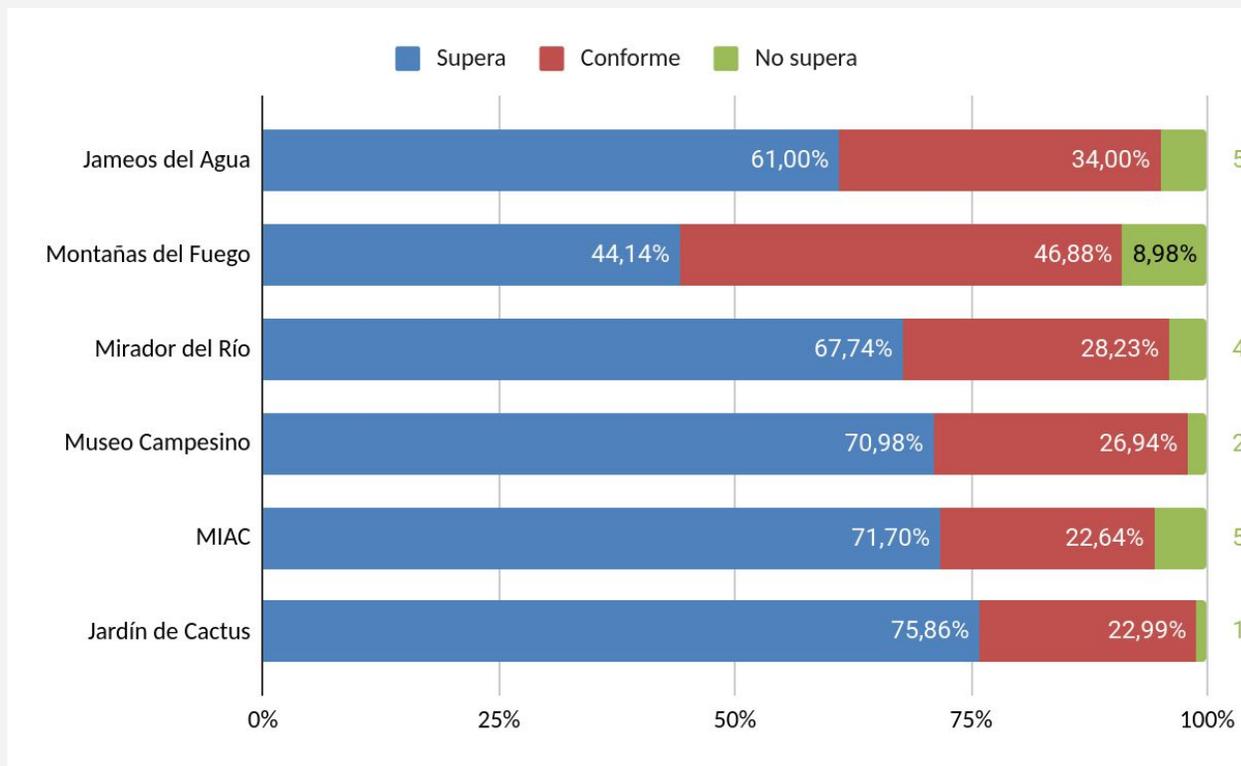


**Promotores: 50.2 %**  
**Pasivos: 37.1%**  
**Detractores: 12.7%**  
**NPS CACT: 37**

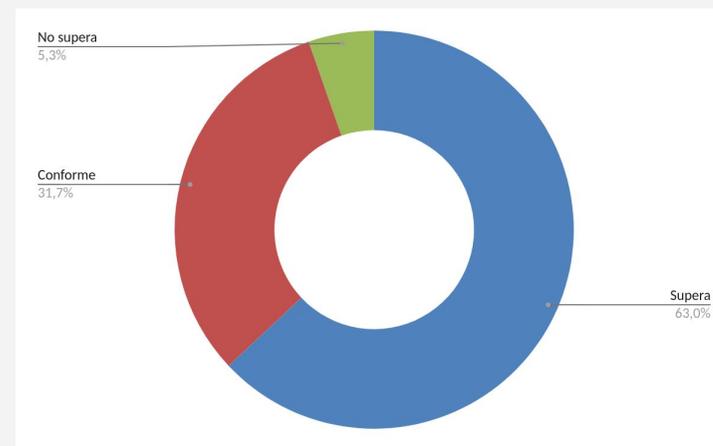


# Expectativas

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.



**63%** de expectativas superadas en la red CACT



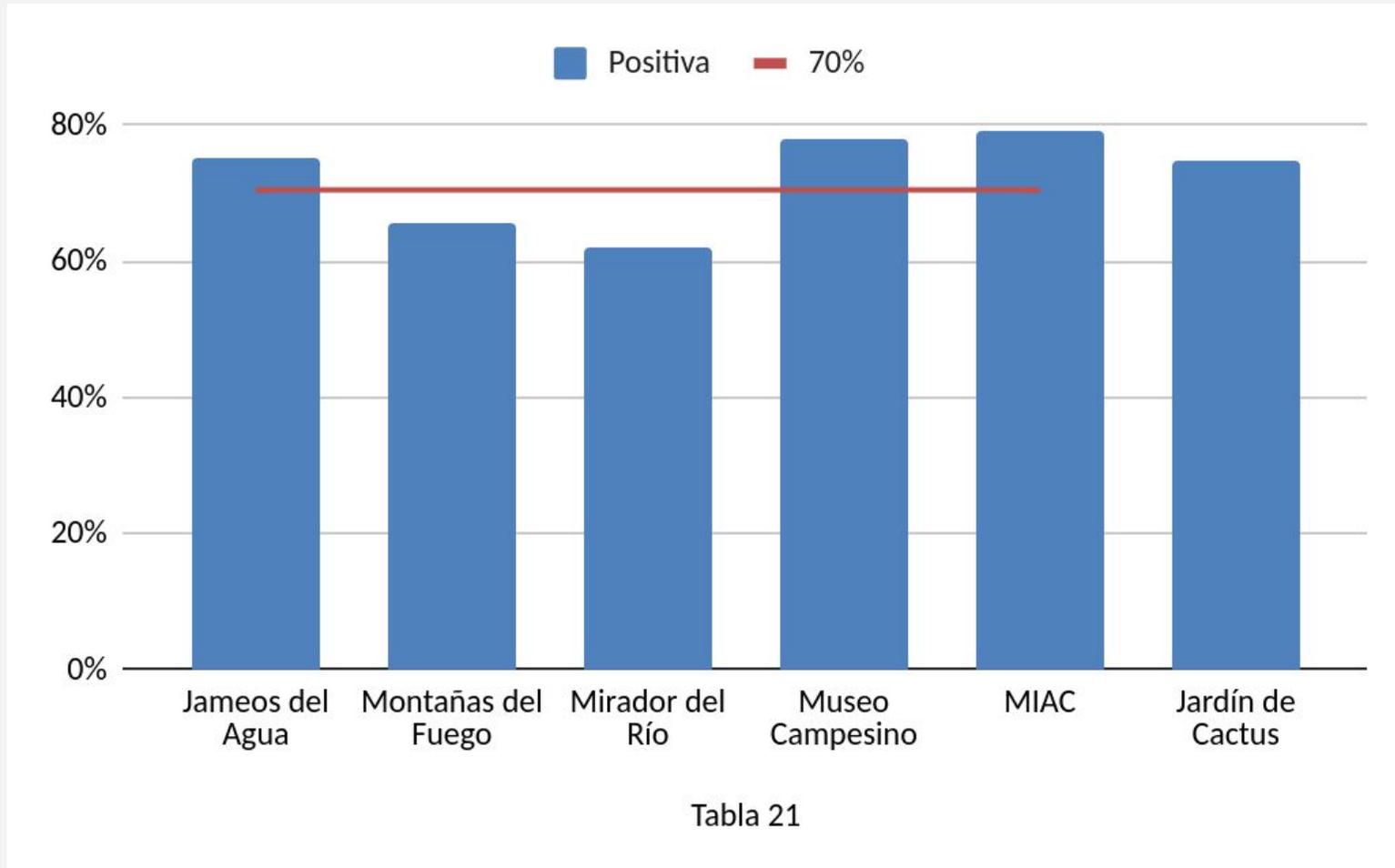
Supera = Mucho mejor de lo esperado + Mejor de lo esperado.

No supera = 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.

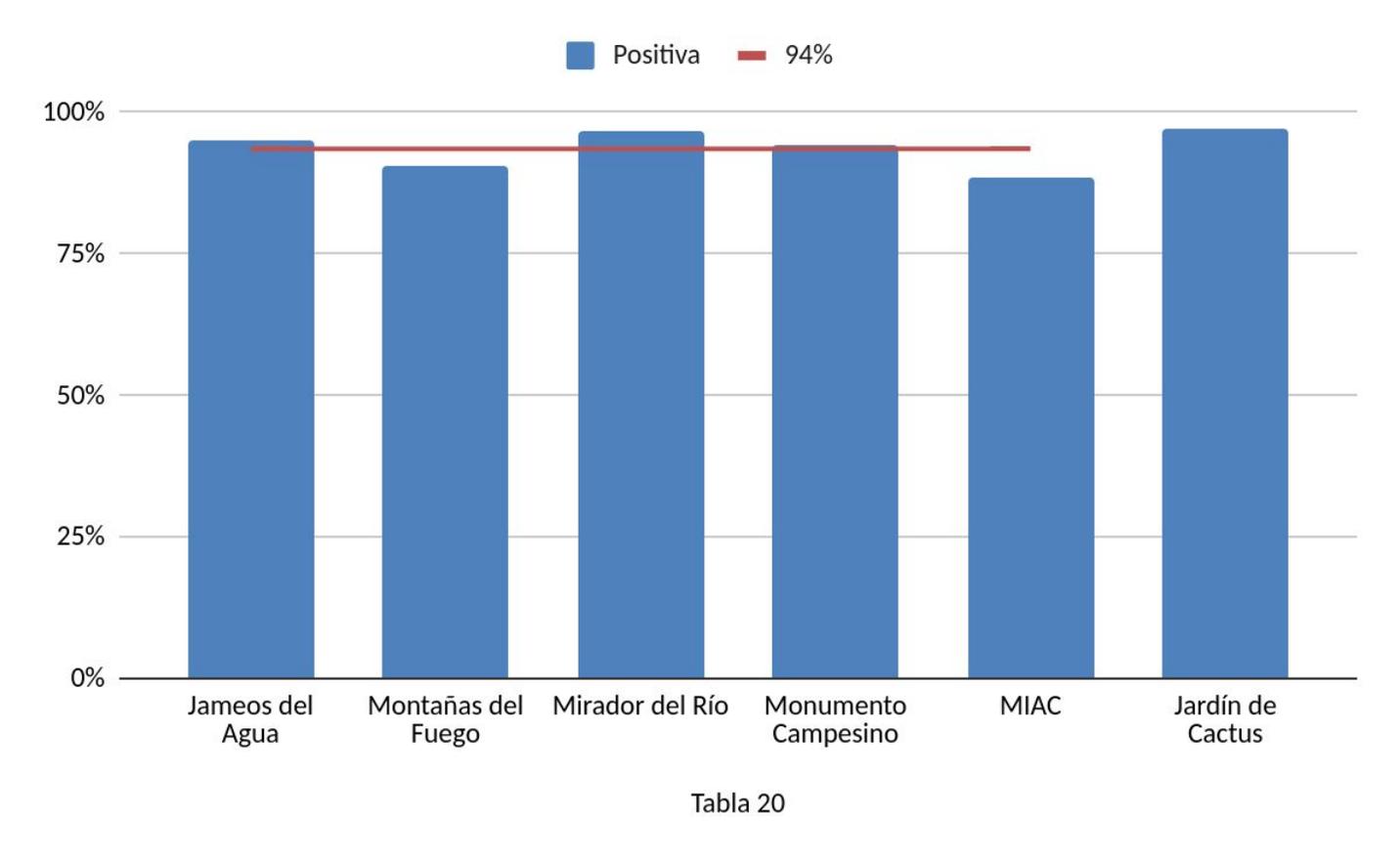
Positiva = Muy adecuado + Adecuado.



# 70%

de los comensales *valora como muy adecuada/adecuado la calidad precio.*

# Satisfacción de los clientes en los restaurantes y cafeterías CACT



94%

de los clientes *queda satisfecho o muy satisfecho.*

# 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.



Cantidad de comida por plato



Sabor



Temperatura



Amabilidad y trato del personal



Disposición y rapidez



Profesionalidad del personal



Confort ambiental



Temperatura ambiental.

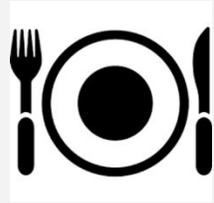


Comodidad del mobiliario

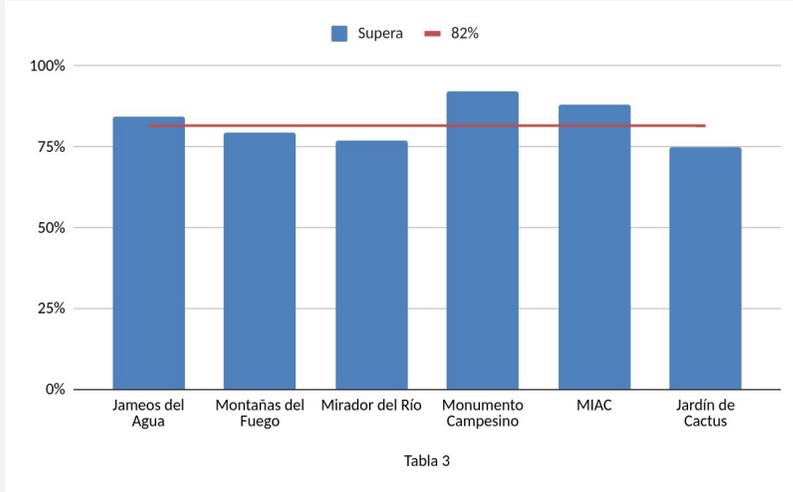
# Calidad percibida PRODUCTO

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

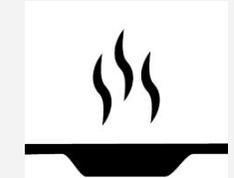
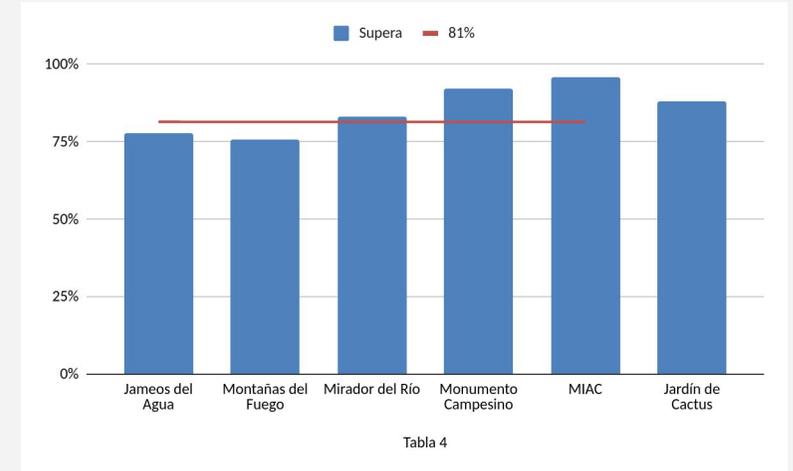
Media CACT ponderada **—**



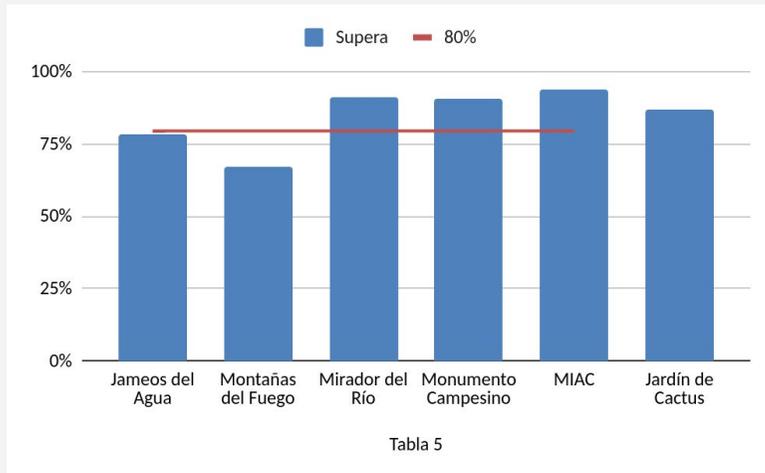
**Cantidad de producto**



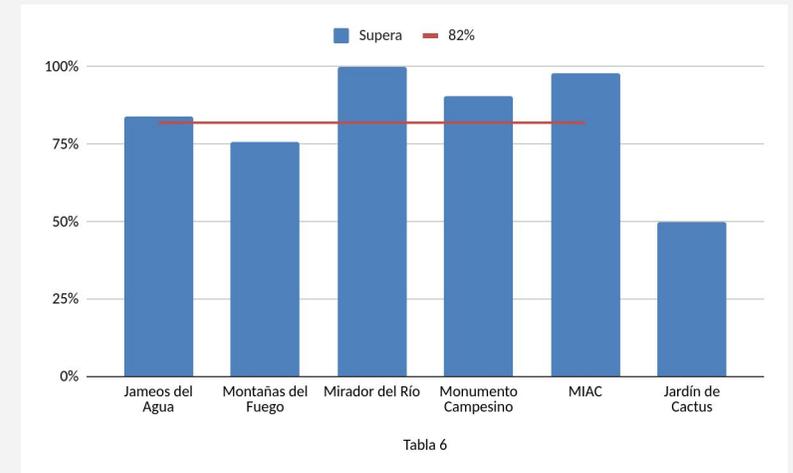
**Sabor**



**Temperatura**



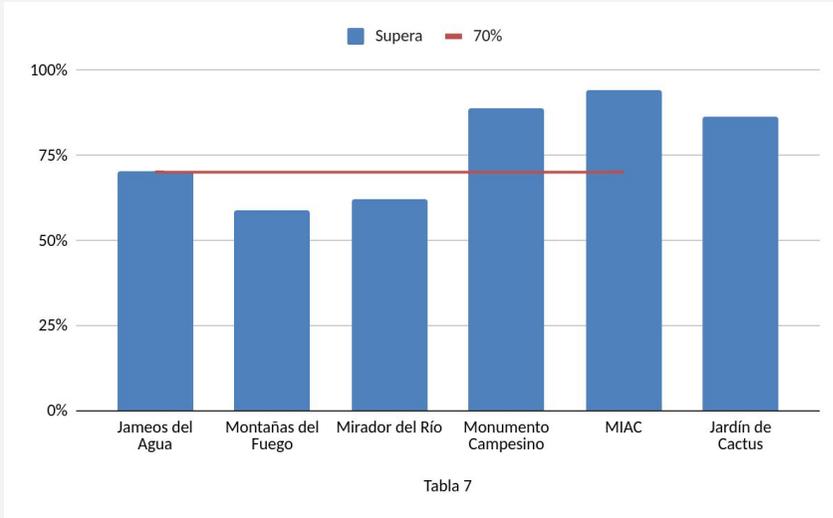
**Grado de Cocción**



# Calidad percibida PRODUCTO

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

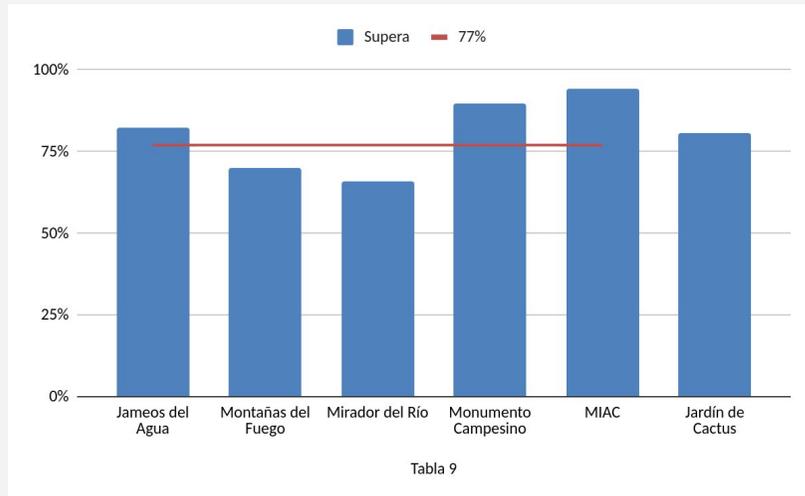
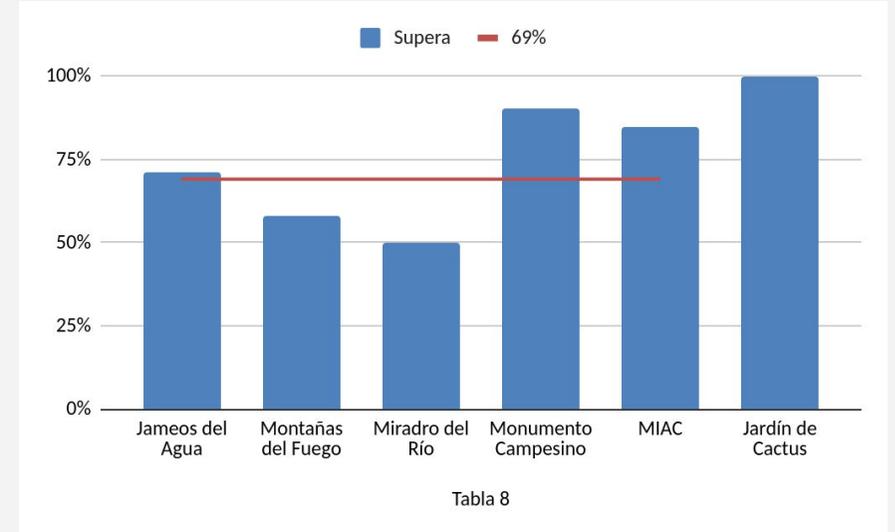
Media CACT ponderada **—**



Variedad



Carta de Vinos



Presentación

En relación al producto, los factores mejor valorado son la **calidad del producto** y el **punto de cocción**:

**82%**

Por su parte el peor valorado es la **carta de vinos** con un

**69%**

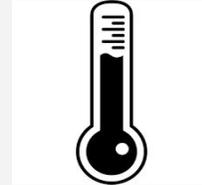
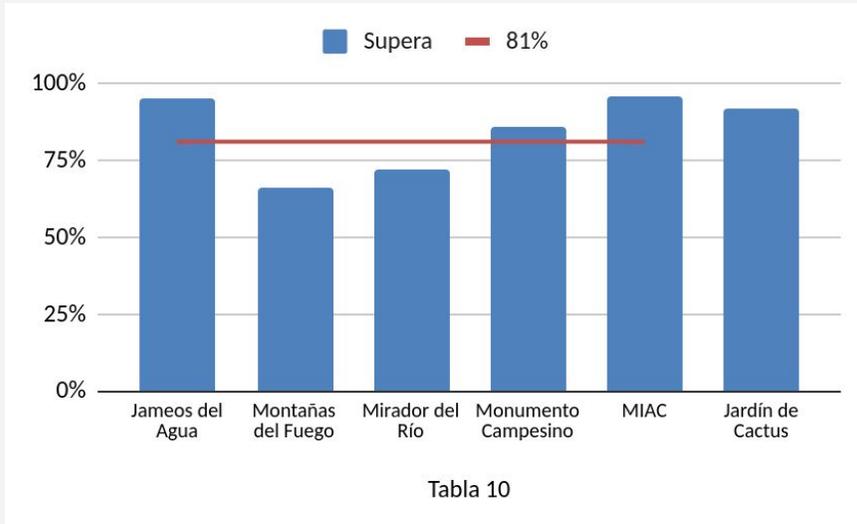
# Calidad percibida INSTALACIONES

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

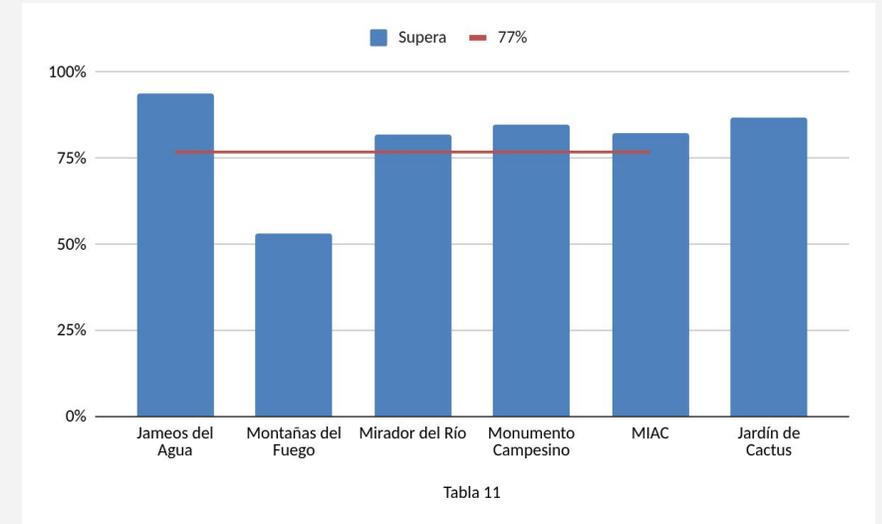
Media CACT ponderada **—**



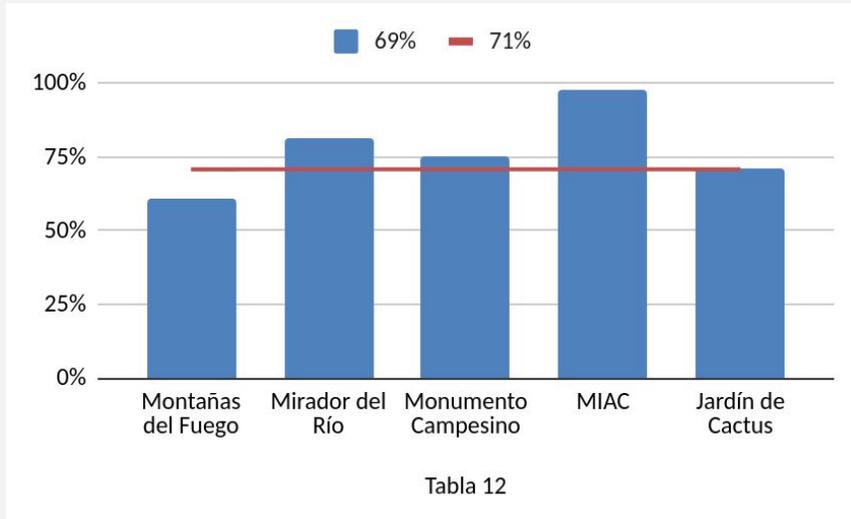
**Confort ambiental - Ruido**



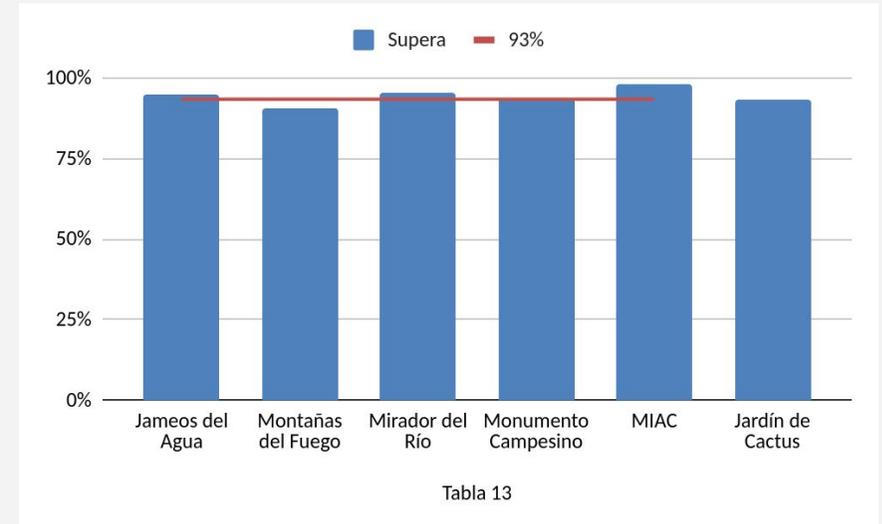
**Temperatura Ambiente**



**Mobiliario**



**Limpieza**



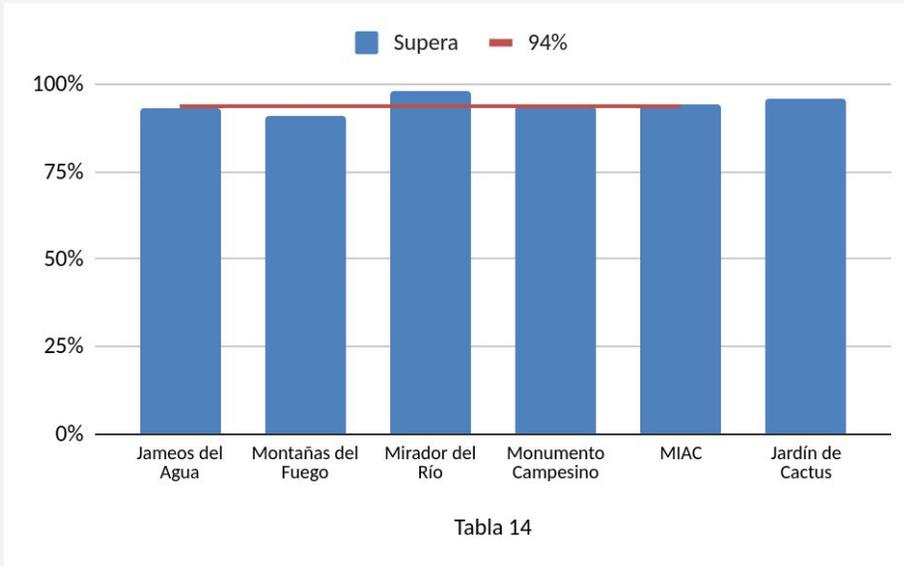
# Calidad percibida PERSONAL

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

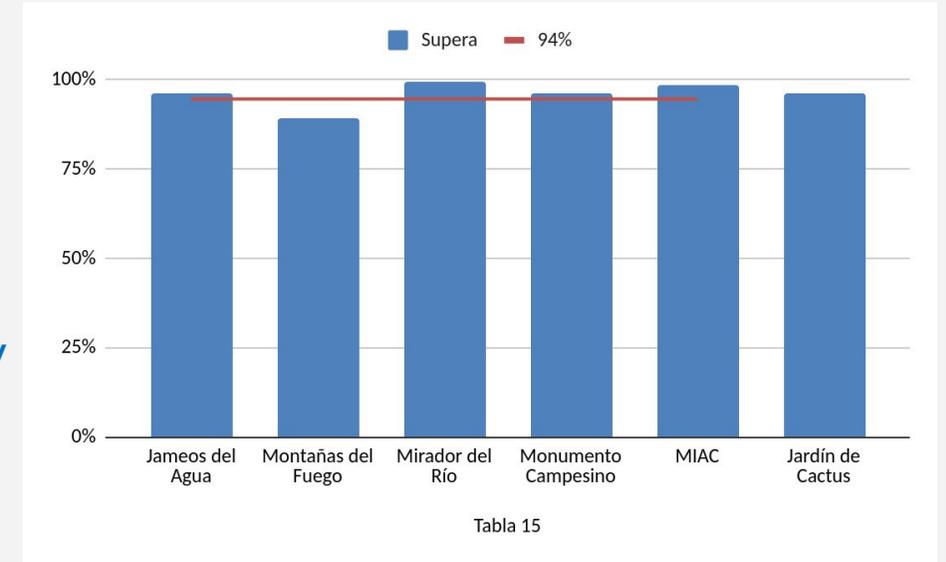
Media CACT ponderada **94%**



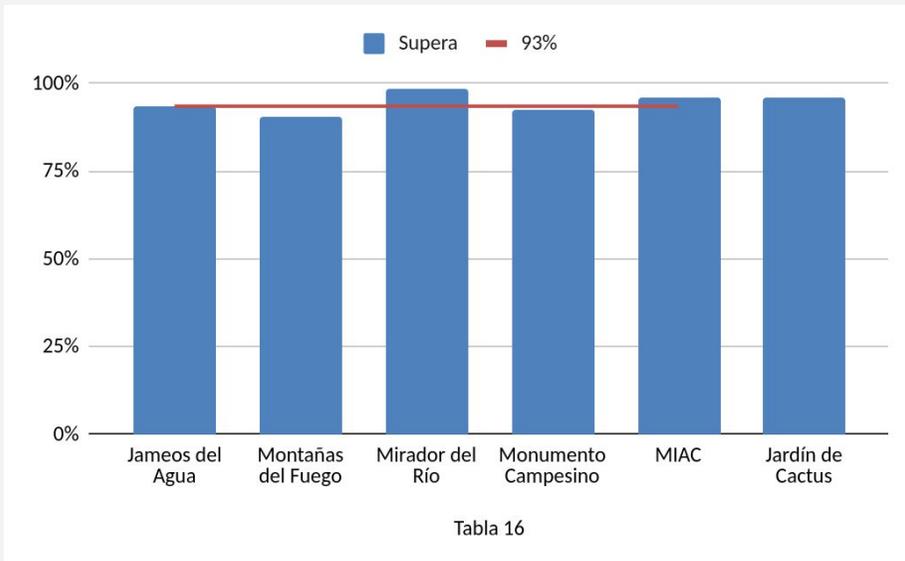
**Disposición y rapidez**



**Amabilidad y trato**



**Profesionalidad**



*En relación al personal, en el castillo, es valorado de manera excepcional en todos los sentidos.*

**99%**

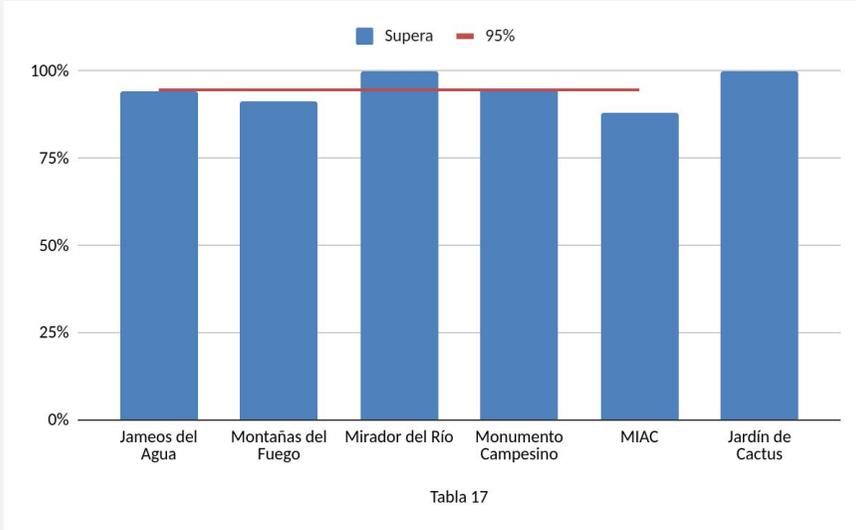
# Calidad percibida PERSONAL

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

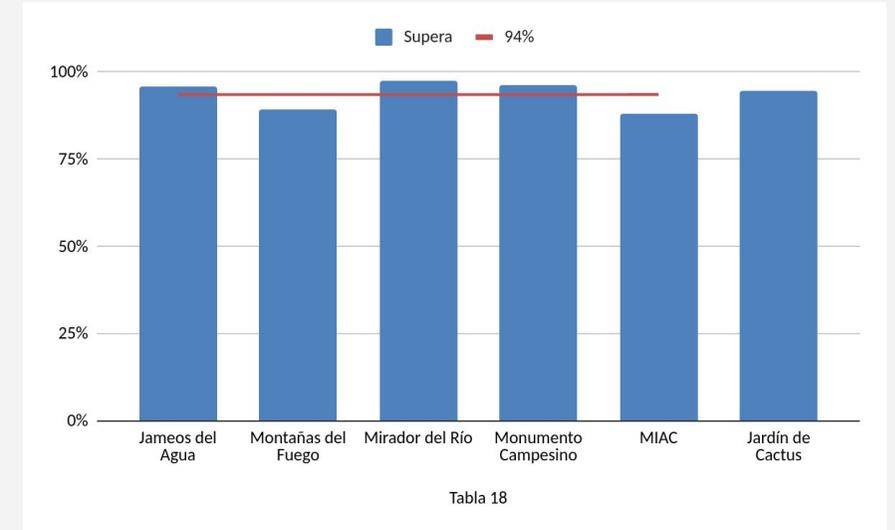
Media CACT ponderada **—**



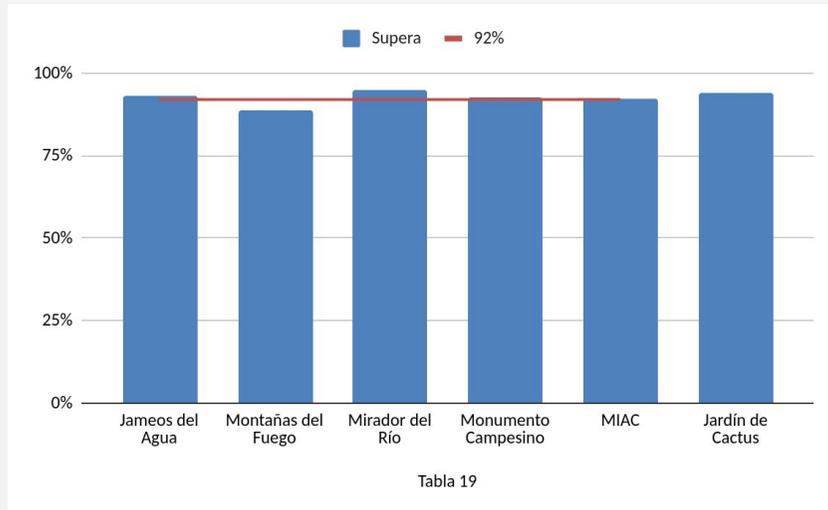
Tiempo de espera:  
**Acomodarse**



Tiempo de espera:  
**Servicio**



Tiempo de espera:  
**Factura**



*En relación al personal, los **tiempos de espera en la acomodación** son los mejor valorados con un **95%** de menciones positivas.*

# Conclusiones y Recomendaciones

Principales conclusiones y recomendaciones.

# Conclusiones

- **Número de encuestas:** 1645
- La muestra global tiene un **error muestral de 2.4%** por lo que podemos decir que es representativa, a pesar de que individualmente no llegamos a los niveles de representatividad esperados (exceptuando Jardín con un 3.2 de error muestral). Jardín de Cactus ha extraído su muestra con Ipad.
- En **NPS global se sitúa en 37%** con un 12.7% de detractores, siendo Montañas del Fuego el centro con mayor porcentaje de detractores (19%). **Nos recomiendan un 50.2%** de los clientes.
- Las **expectativas se superan en un 63% de casos**, siendo Montañas del Fuego y Jameos del Agua los únicos centros que no superan la media CACT (44% y 61% respectivamente).
- La relación **calidad/precio** es valorada positivamente en el **70%** de casos.
- El **índice de satisfacción** de nuestros clientes se sitúa en torno al **94%**.
- En cuanto a la **calidad percibida:**
  - Producto:** la carta de vinos es la peor valorada con un 69% de menciones positivas.
  - Instalaciones:** el mobiliario es el peor valorado con un 71% de menciones positivas
  - Personal:** el tiempo de espera en la factura es el peor valorado con un 92% de menciones positivas