



ANÁLISIS DE RESULTADOS. MODELO DE ESCUCHA RESTAURACIÓN INFORME OPERATIVO. Q2 2022



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	Cientes CACT	Trabajo de Campo	01/04 al 31/06 del 2022	Análisis	Customer Experience
Alcance	Restaurantes y Cafeterías	Metodología	Cuestionarios en IPAD y cuestionarios en papel		

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

Error Muestral Global	2.5%	≠ 12.1%	≠ 6.1%	≠ 7.6%	≠ 12.2%	≠ 12.6%	≠ 3.1%
Muestra Global	1.544 encuestas	65	255	163	63	60	938

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.

Recomendación

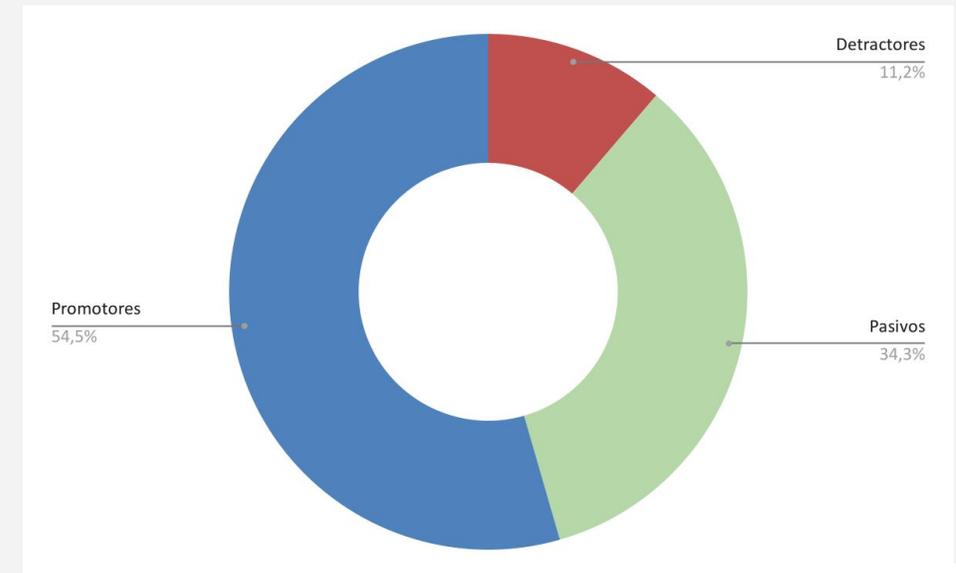
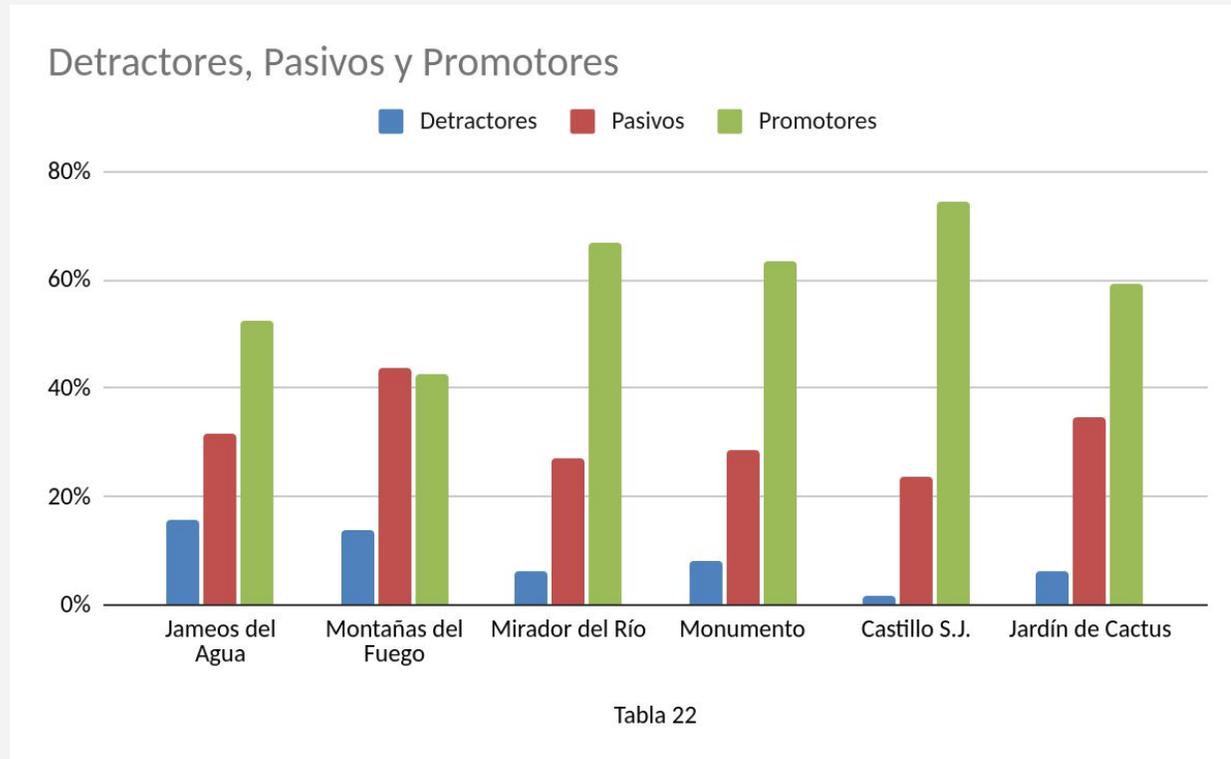
Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción y mide la capacidad que tiene la empresa de retener a sus clientes.

Promotores (Positiva = 9 y 10)

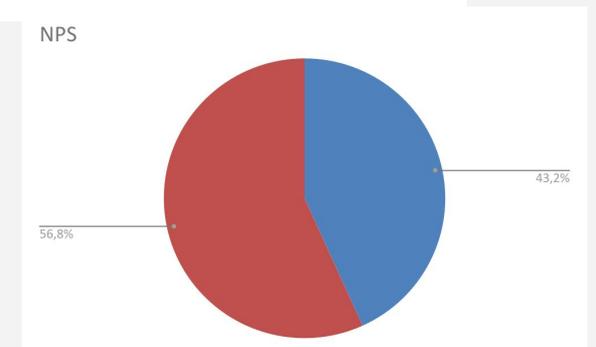
Detractores (Negativa = 1, 2, 3, 4, 5 y 6)

Indecisos (Neutro = 7 y 8)

43% de NPS en los restaurantes y cafeterías de los **CACT**

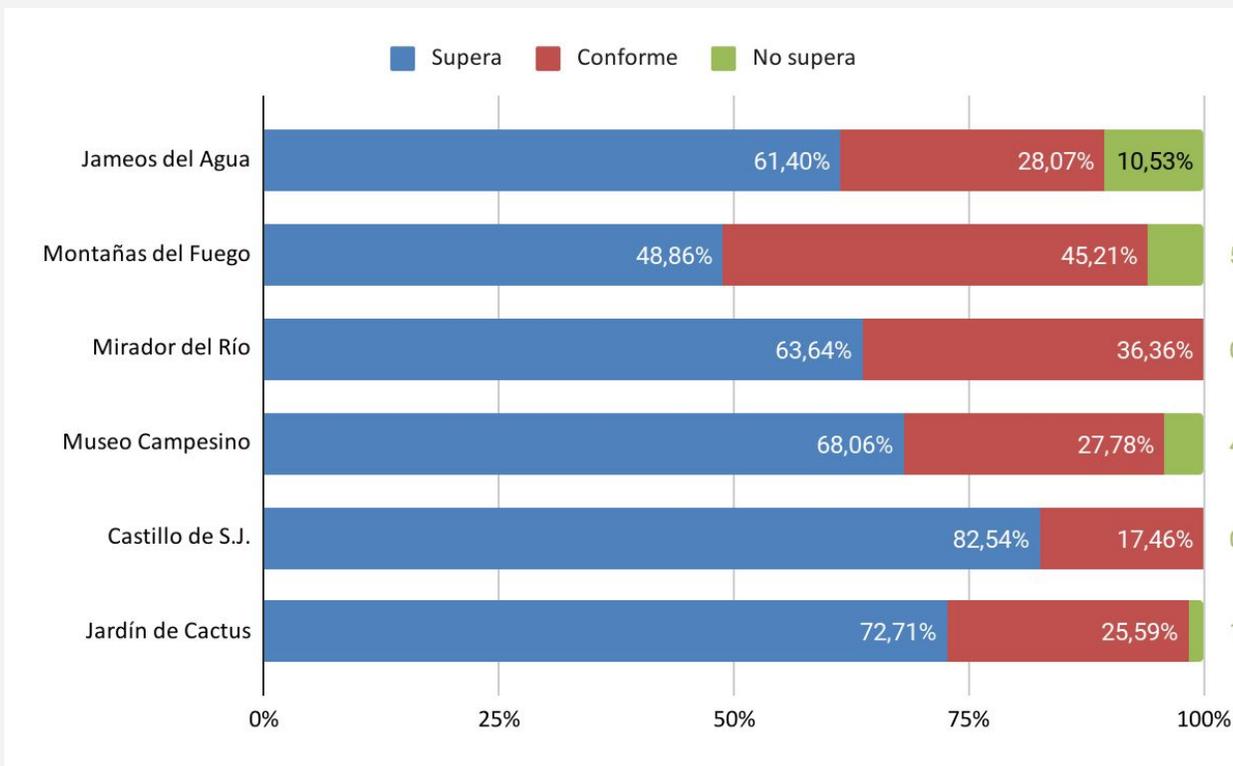


Promotores: 55 %
Pasivos: 34%
Detractores: 11%
NPS CACT: 43

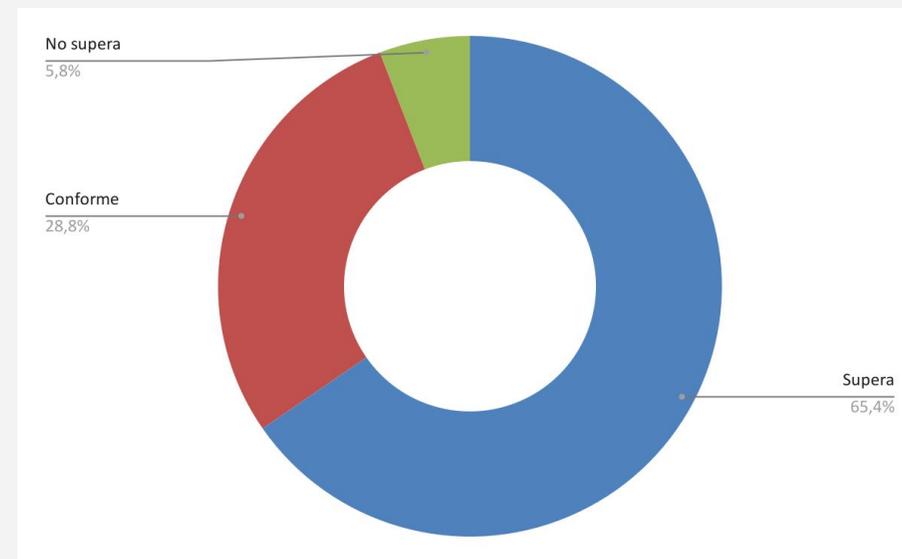


Expectativas

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.



65% de expectativas superadas en la red CACT



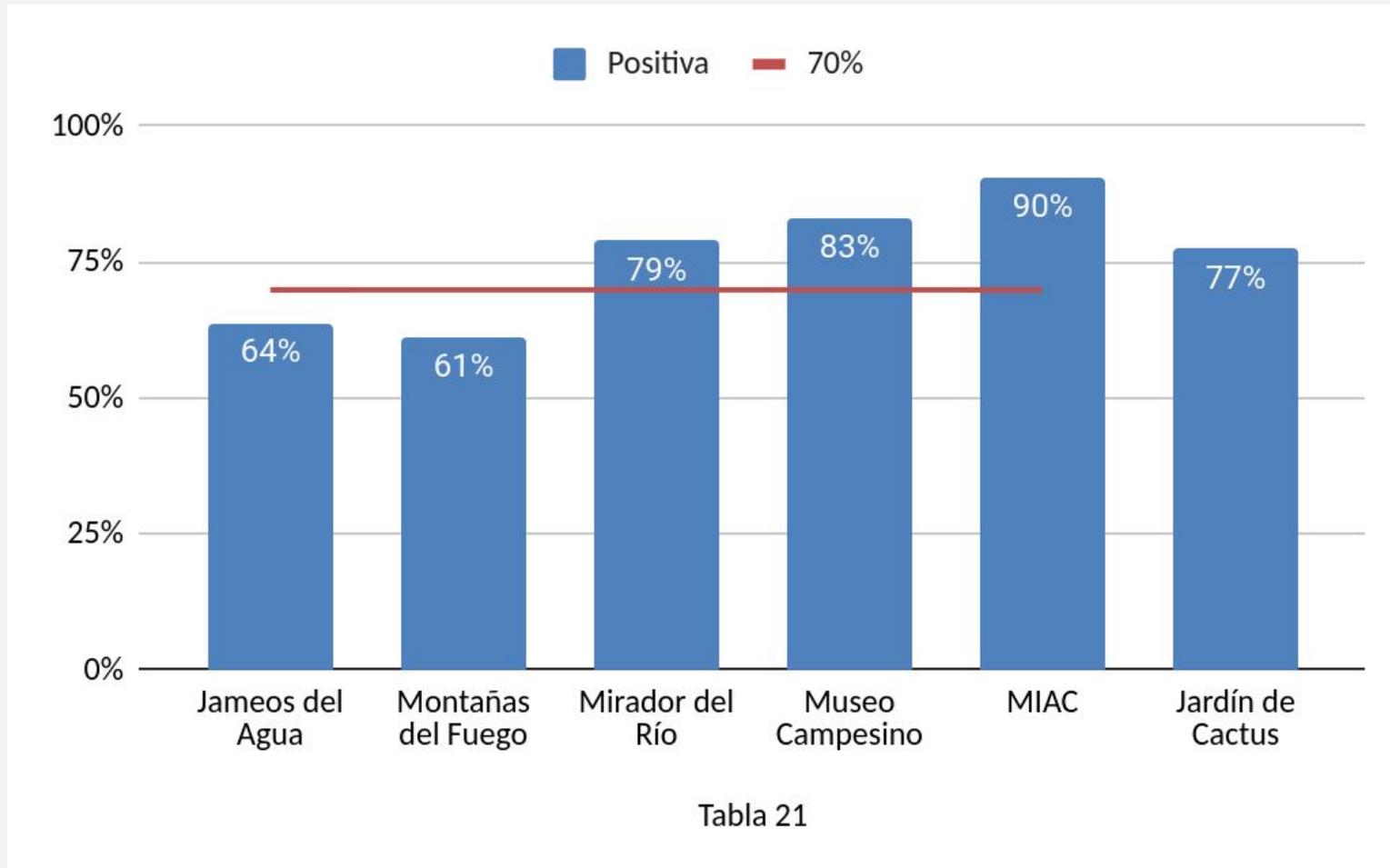
Supera = Mucho mejor de lo esperado + Mejor de lo esperado.

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.

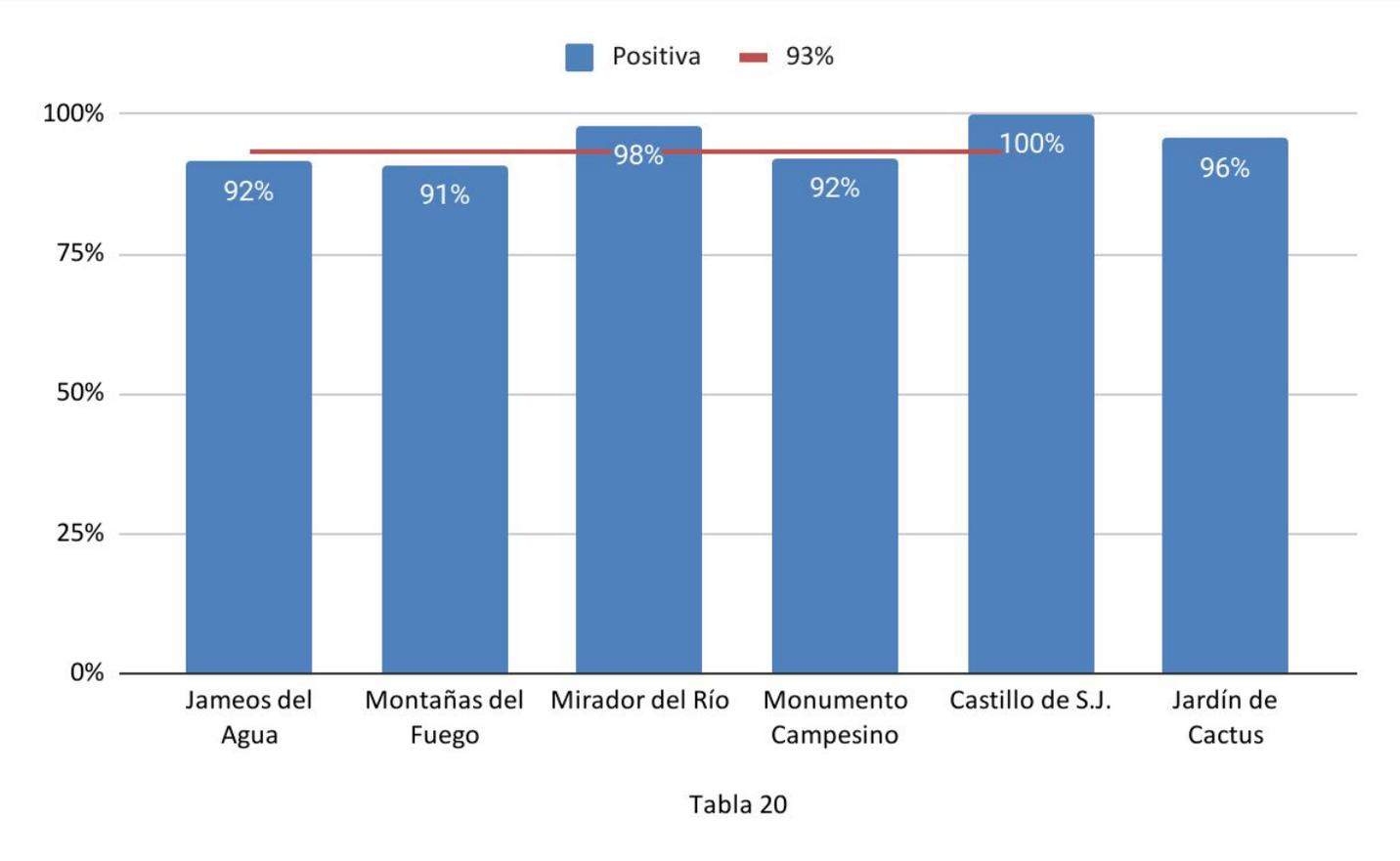
Positiva = Muy adecuado + Adecuado.



70%

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

Satisfacción de los clientes en los restaurantes y cafeterías CACT



93%

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.

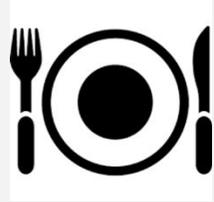


Comodidad del mobiliario

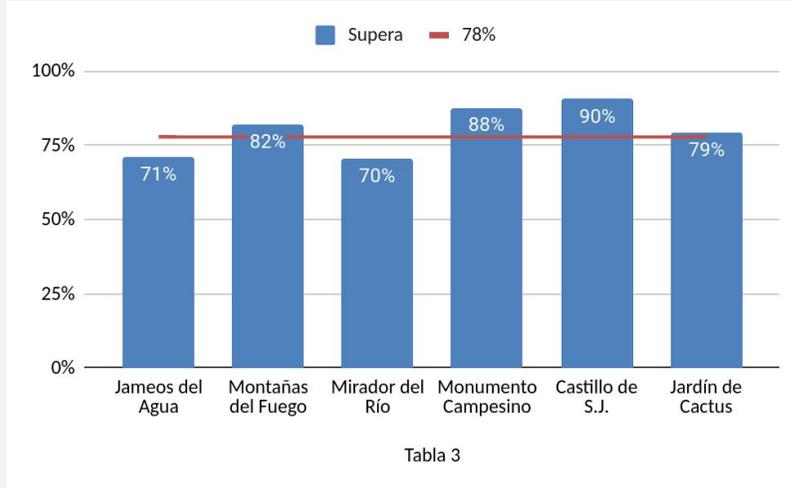
Calidad percibida PRODUCTO

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

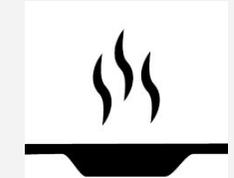
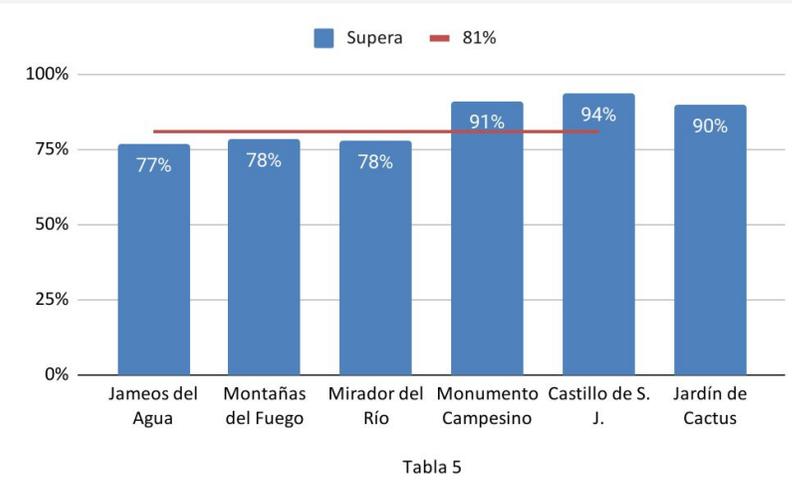
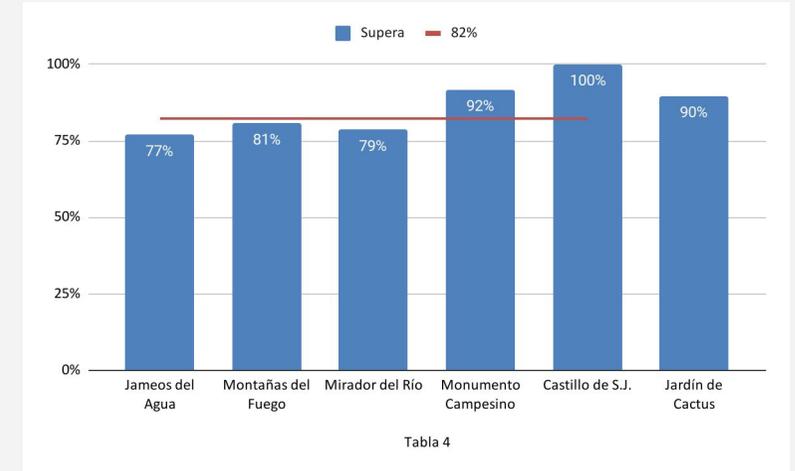
Media CACT ponderada **—**



Cantidad de producto



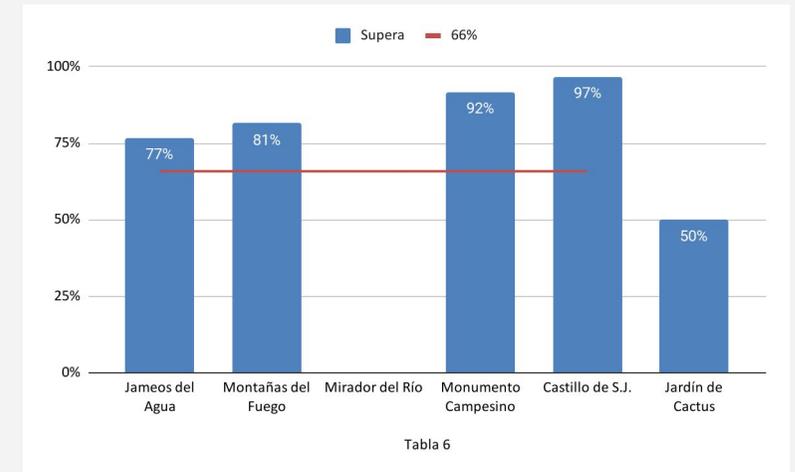
Sabor



Temperatura



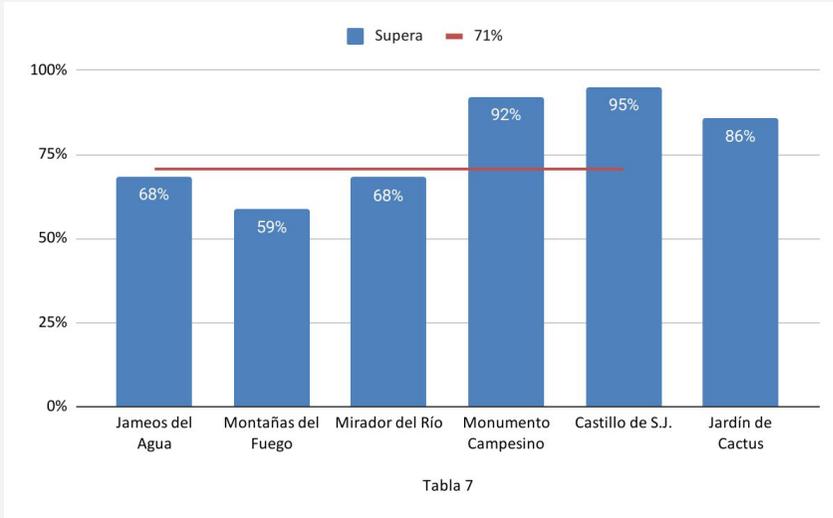
Grado de Cocción



Calidad percibida PRODUCTO

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

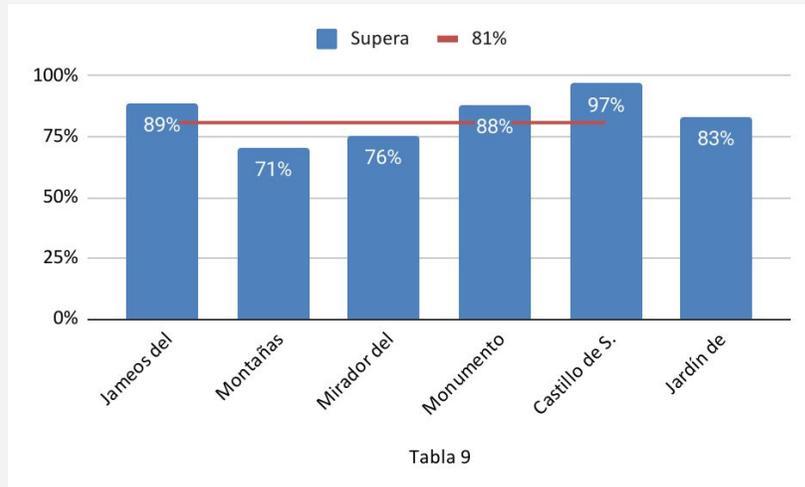
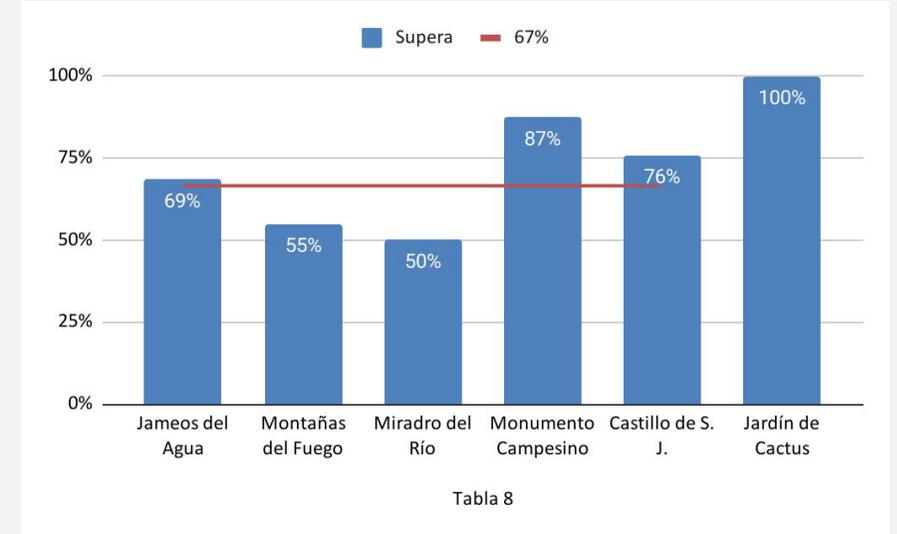
Media CACT ponderada **—**



Variedad



Carta de Vinos



Presentación

*En relación al producto, el factor mejor valorado es el **sabor**:*

82%

*Por su parte el peor valorado es **grado de cocción** con un:*

66%

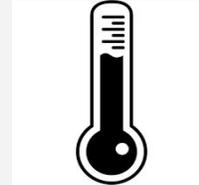
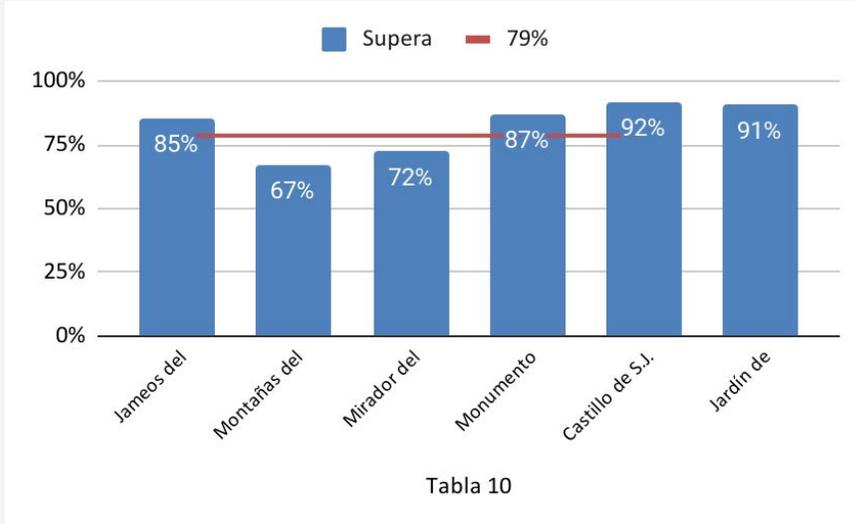
Calidad percibida □ INSTALACIONES

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

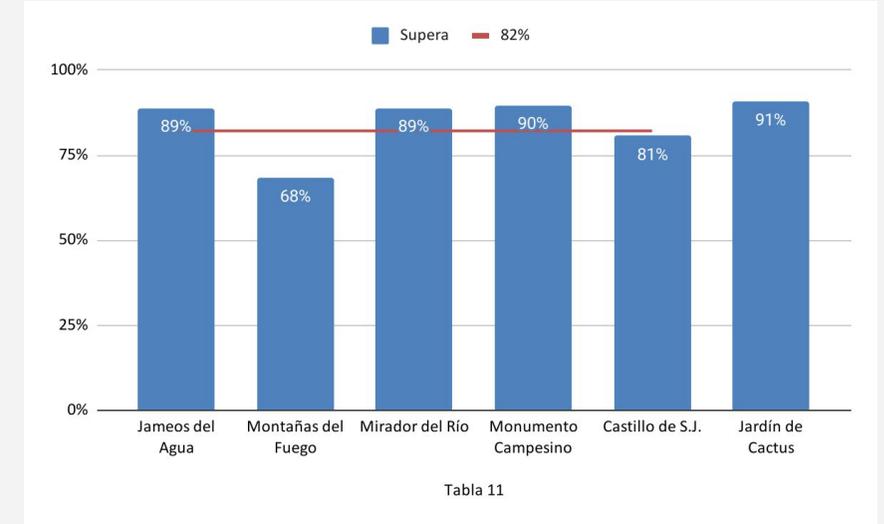
Media CACT ponderada **—**



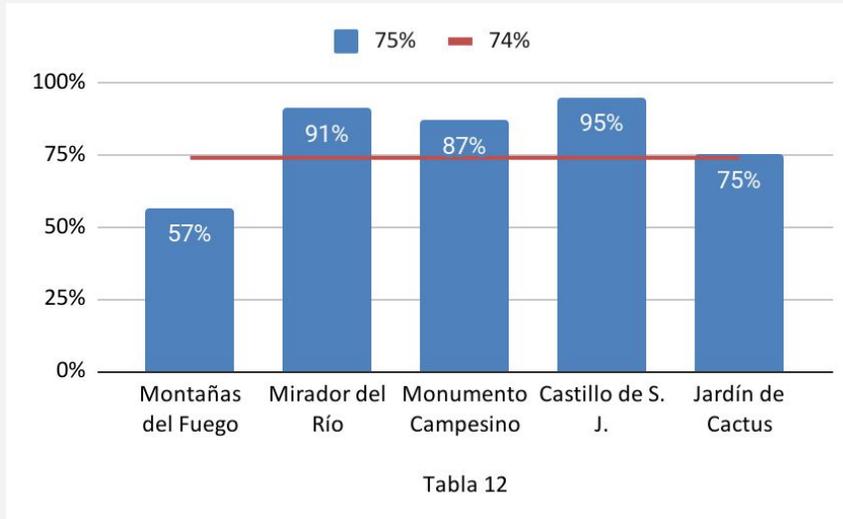
Confort ambiental - Ruido



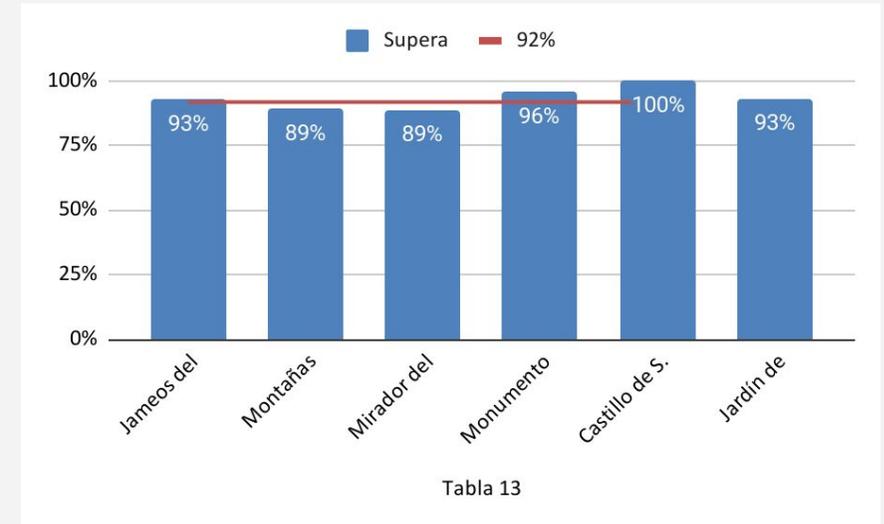
Temperatura Ambiente



Mobiliario



Limpeza



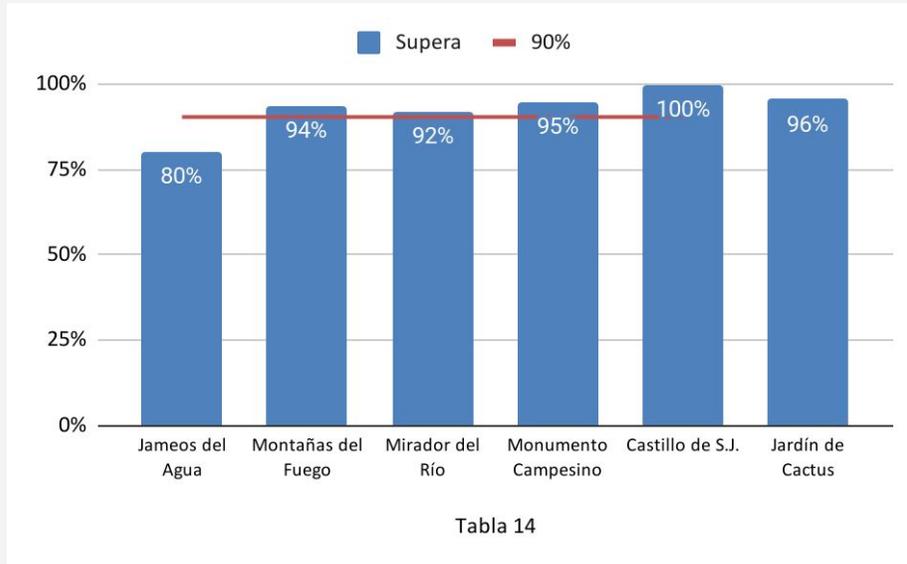
Calidad percibida PERSONAL

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

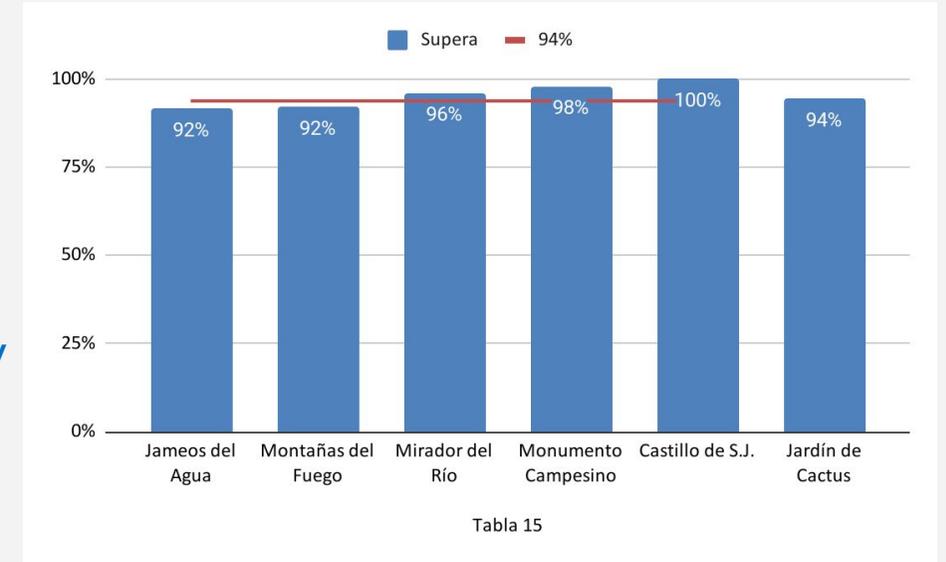
Media CACT ponderada **—**



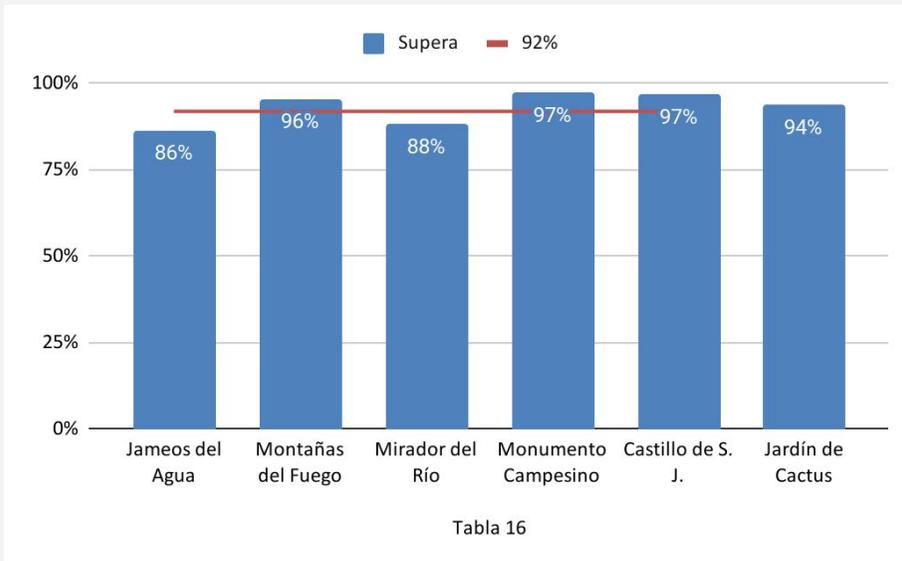
Disposición y rapidez



Amabilidad y trato



Profesionalidad



En disposición y rapidez:

El mejor valorado: el Castillo de San José

El peor: Jameos

Amabilidad y trato:

El mejor valorado: el Castillo de San José

El peor: Jameos y Montañas

Profesionalidad:

El mejor valorado: el Castillo y Monumento

El peor: Jameos del Agua

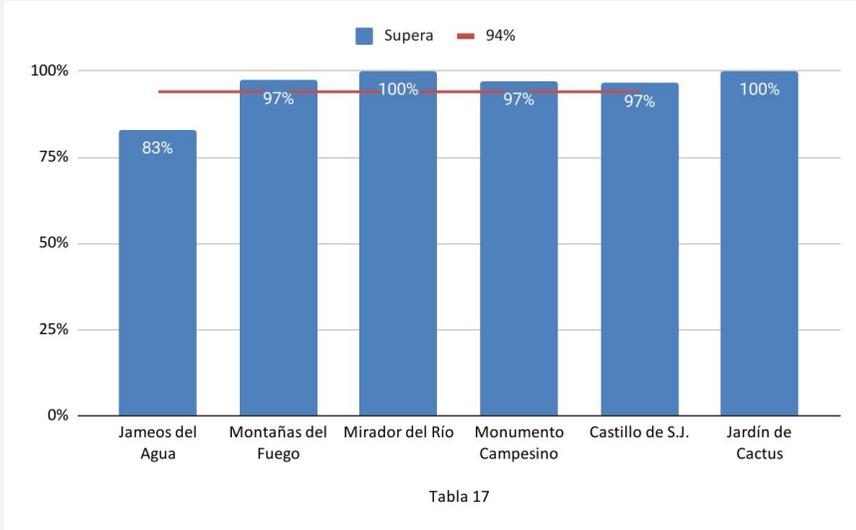
Calidad percibida PERSONAL

Porcentaje en azul: **Valores positivos**

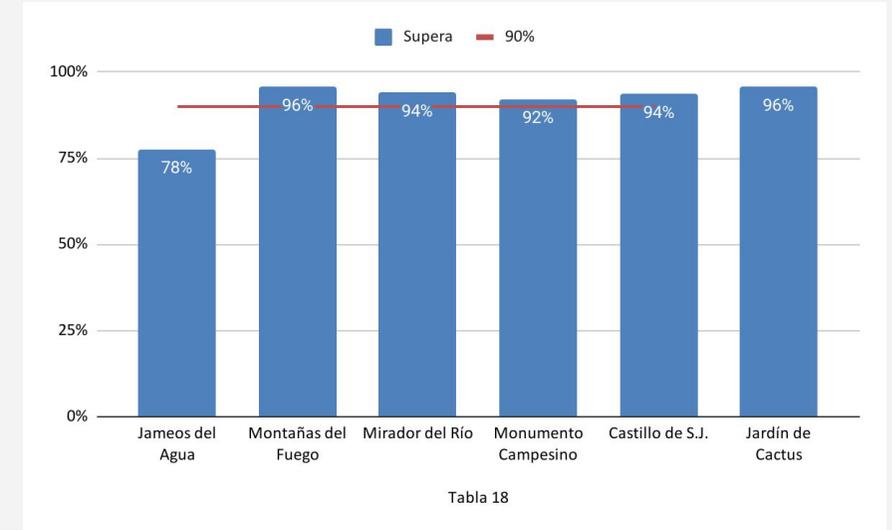
Media CACT ponderada **—**



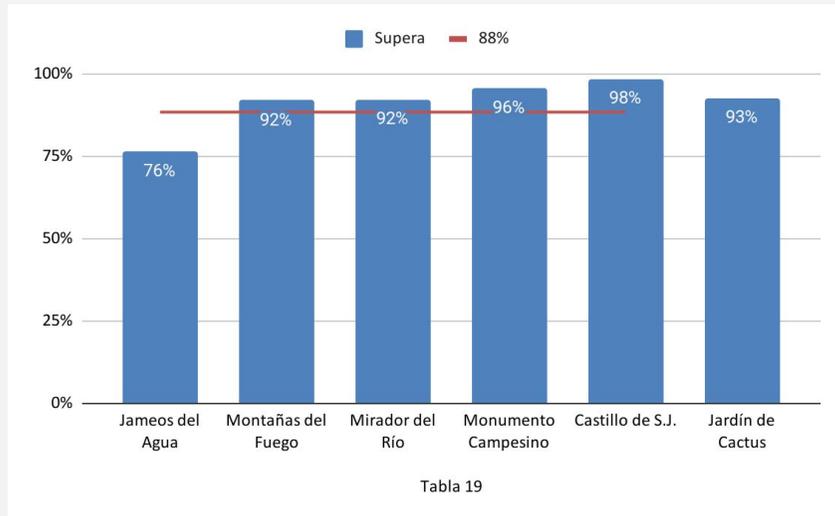
Tiempo de espera:
Acomodarse



Tiempo de espera:
Servicio



Tiempo de espera:
Factura



*En relación al personal, los **tiempos de espera en la acomodación** son los peor valorados con un **88%** de menciones positivas de media.*

Conclusiones y Recomendaciones

Principales conclusiones y recomendaciones.

Conclusiones

- **Número de encuestas:** 1.544
- La muestra global tiene un **error muestral de 2.5%** por lo que podemos decir que es representativa, a pesar de que individualmente no llegamos a los niveles de representatividad esperados en todos los centros.
- En **NPS global se sitúa en 43%** con un 11.2% de detractores, siendo Jameos del Agua el centro con mayor porcentaje de detractores (16%). **De media global nos recomiendan un 54.5%** de los clientes.
- Las **expectativas se superan en un 65% de casos**. Montañas del Fuego, Jameos del Agua y Mirador del Río no superan la media CACT (49%, 61% y 64% 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 **93%**.
- En cuanto a la **calidad percibida**:
 - Producto:** el grado de cocción es la peor valorada con un 66% de menciones positivas.
 - Instalaciones:** el mobiliario es el peor valorado con un 74% de menciones positivas
 - Personal:** el tiempo de espera en la factura es el peor valorado con un 88% de menciones positivas