



**Centros de Arte,  
Cultura y Turismo**

**ANÁLISIS DE RESULTADOS.  
MODELO DE ESCUCHA DE VISITAS  
INFORME OPERATIVO. Q3 2024**



# Índice

Objetivo y Ficha Técnica.....	3
Recomendación.....	4
Expectativas.....	5
Relación Calidad/Precio.....	6
Calidad Percibida.....	7
Aportaciones de los visitantes.....	14
Conclusiones y Recomendaciones.....	34

# 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	<b>Cientes CACT</b>	Trabajo de Campo	<b>01/07 al 30/09 del 2024</b>	Análisis	<b>Customer Experience</b>
Alcance	<b>VISITA</b>	Metodología	<b>Cuestionarios en IPADs</b>		

		Castillo de San José-MIAC	Cueva de los Verdes	Jameos del Agua	Jardín de Cactus	Montañas del Fuego	Mirador del Río
Error Muestral Global	<b>± 1.7% NC 95%</b>	<b>± 15.6%</b>	<b>± 13.9%</b>	<b>± 2.9%</b>	<b>± 3.2%</b>	<b>± 7.7%</b>	<b>± 3.4%</b>
Muestra Global	<b>3.125 encuestas</b>	<b>39</b>	<b>50</b>	<b>1.106</b>	<b>955</b>	<b>161</b>	<b>814</b>

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

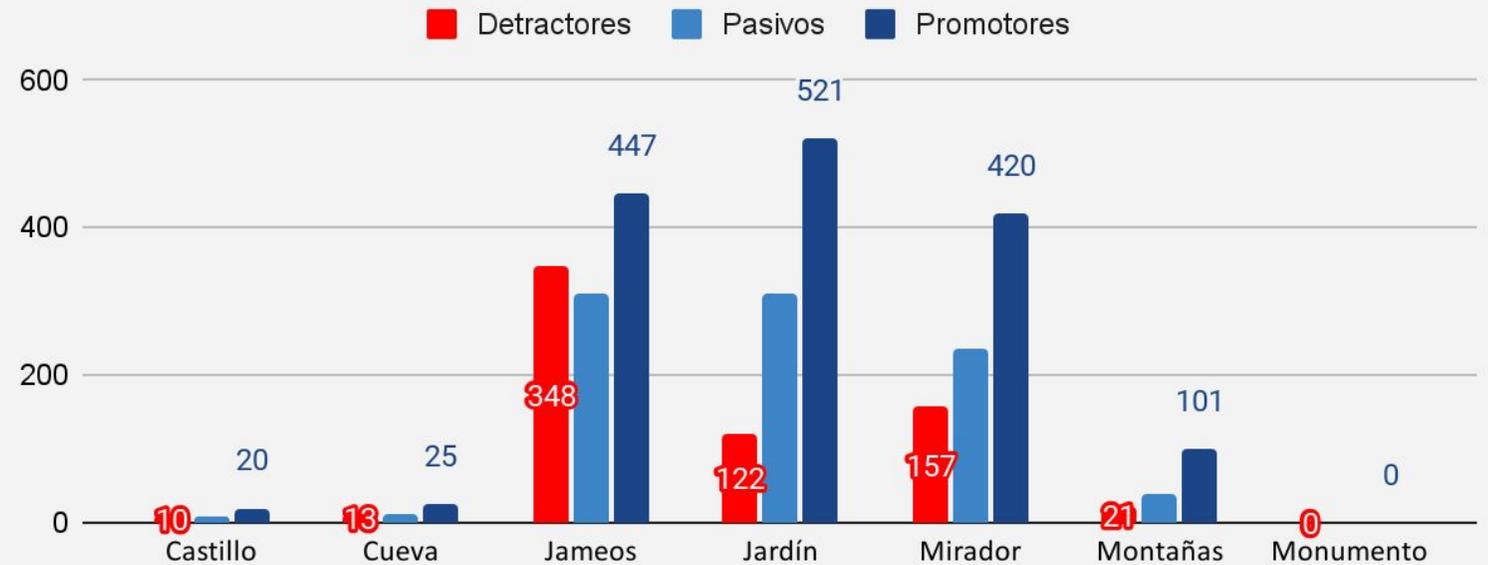
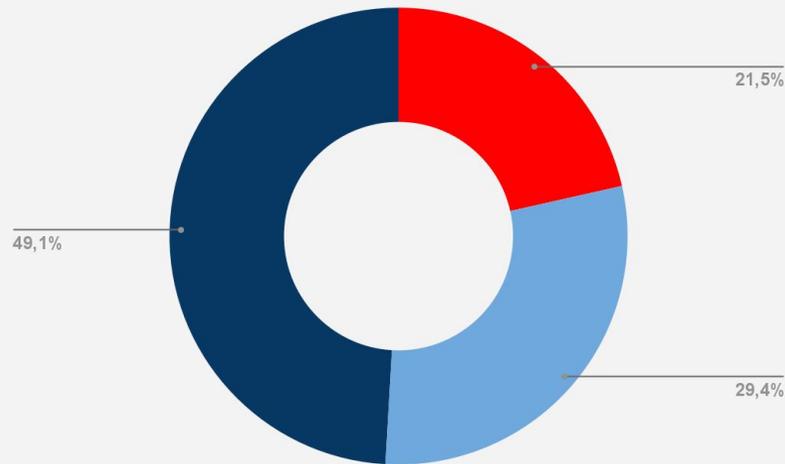
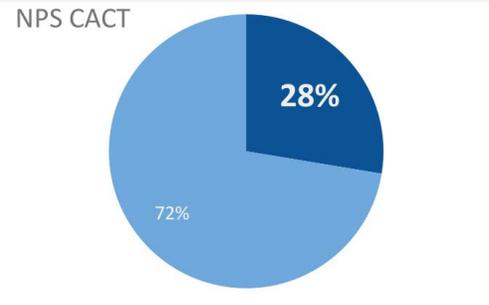
Es la variable de rendimiento del índice de satisfacción y mide la capacidad que tiene la empresa de retener a sus clientes.

Promotores (Positiva = 9 y 10)

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

Indecisos (Neutro = 7 y 8)

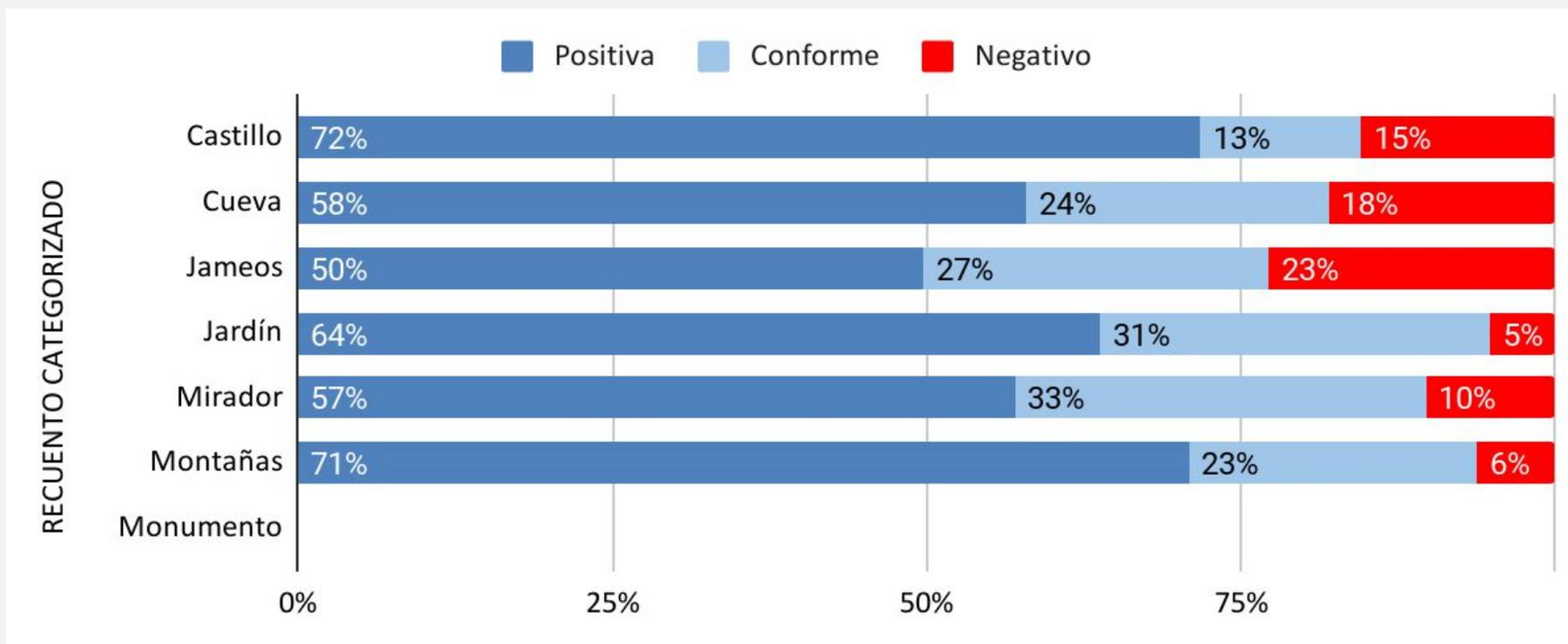
El NPS de los CACT se sitúa en un **28%**, nos recomiendan el **49 %** de los visitantes



# 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 **57% de casos**, ( Jameos no superan la media CACT y Mirador la iguala)



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

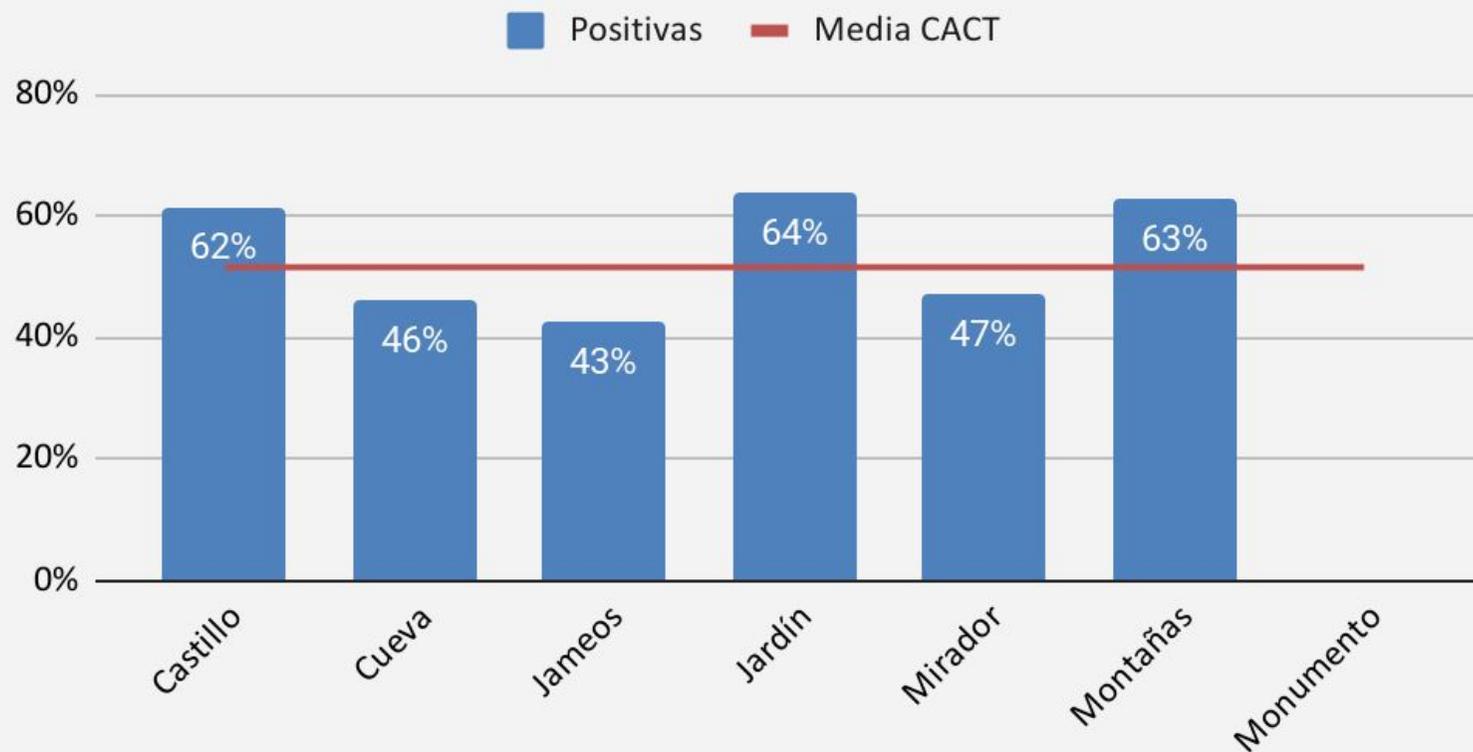
Conforme= Conforme lo esperado

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.

**52% de los visitantes CACT valora positivamente la calidad precio**



	Positiva	Negativo	Neutral
<b>Castillo</b>	62%	23%	15%
<b>Cueva</b>	46%	26%	28%
<b>Jameos</b>	43%	19%	38%
<b>Jardín</b>	64%	23%	13%
<b>Mirador</b>	47%	24%	29%
<b>Montañas</b>	63%	25%	12%
<b>CACT</b>	52%	22%	26%

# 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



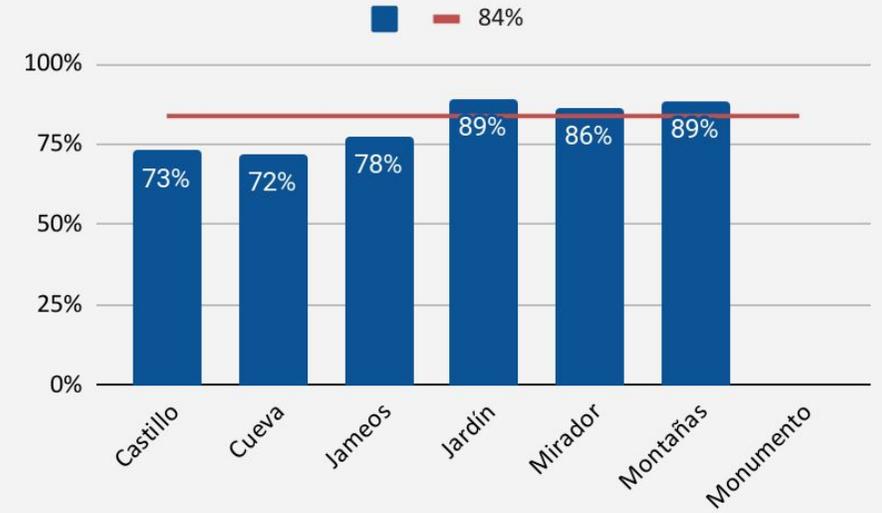
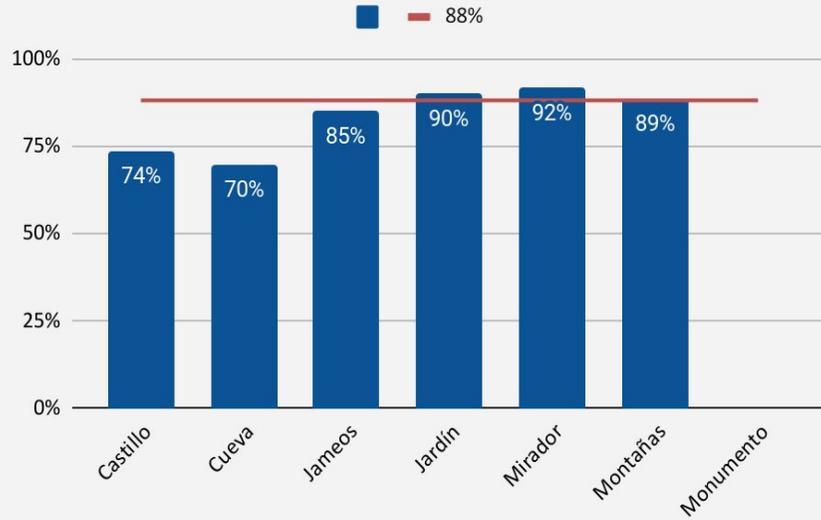
Información recibida



Tiempo de espera

# Calidad percibida □ PROPUESTA DE VALOR

Positiva = Muy bien + bien



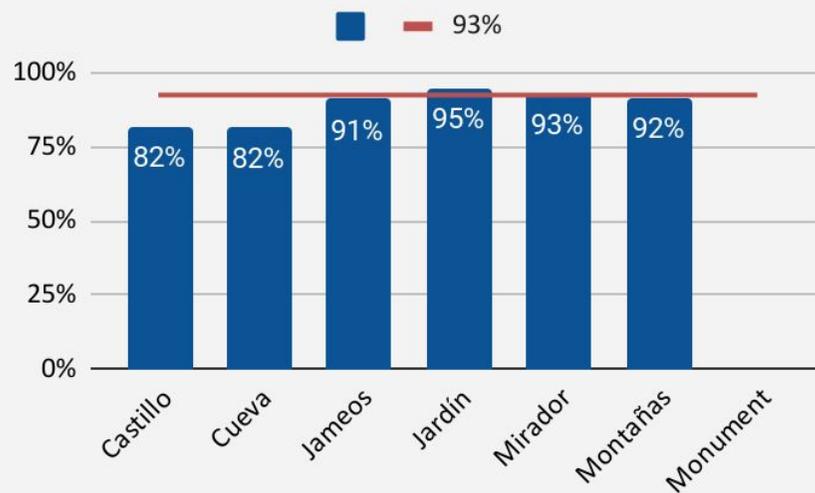
El Entorno Natural y la Interacción arte-naturaleza son valorados por los visitantes positivamente pero bajan la media respecto al precedente. Con valores medios de **88%** y **84%** respectivamente.

# Calidad percibida □ INSTALACIONES

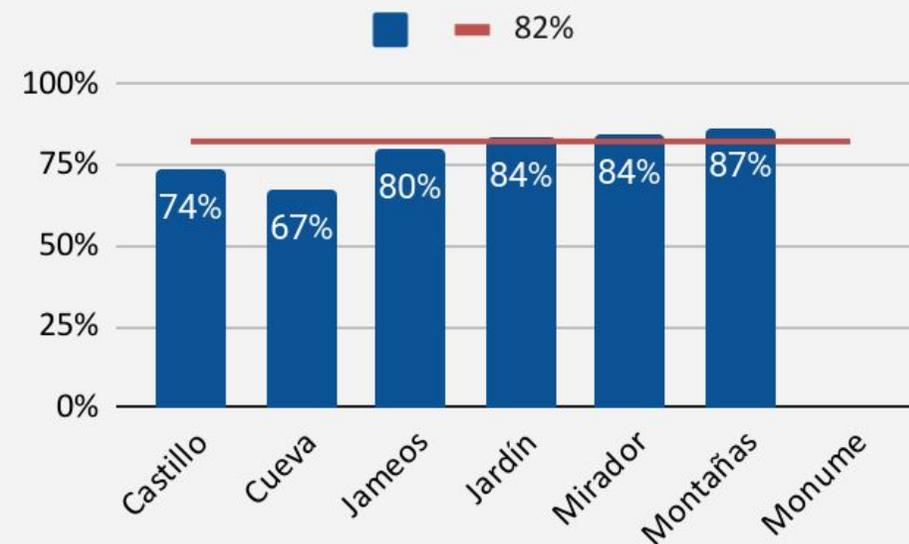
Positiva = Muy bien + bien



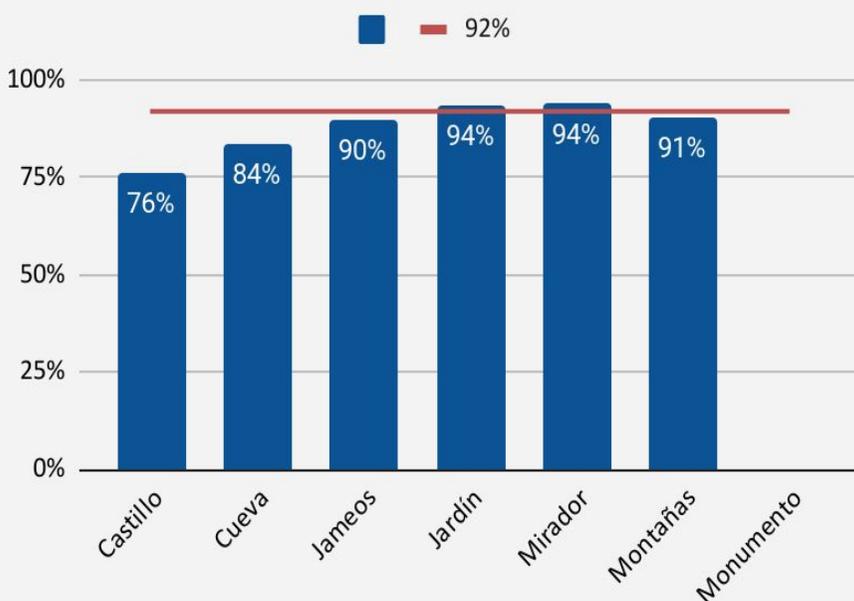
Limpieza del Centro



Limpieza de aseos



Estado de conservación del Centro



La **limpieza** del centro y **estado de conservación** son valoradas positivamente en el **93% y 92%** respectivamente.

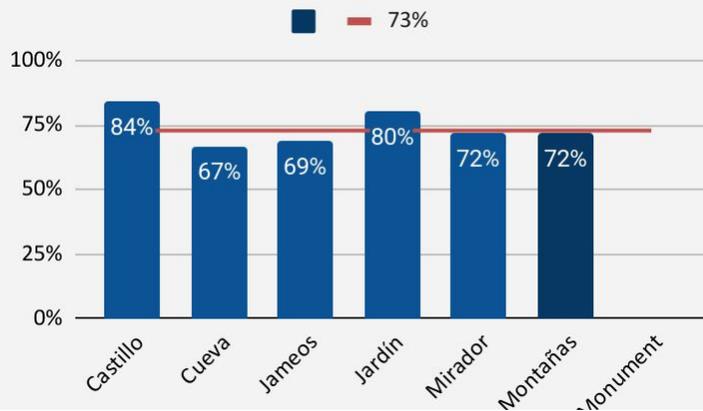
La limpieza de **aseos** se mantienen en valores medios algo inferiores (**82%**).

# Calidad percibida □ SERVICIO

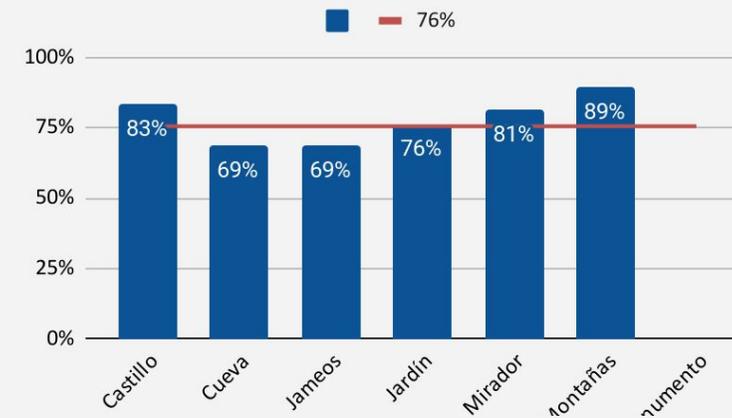
Positiva = Muy bien + bien



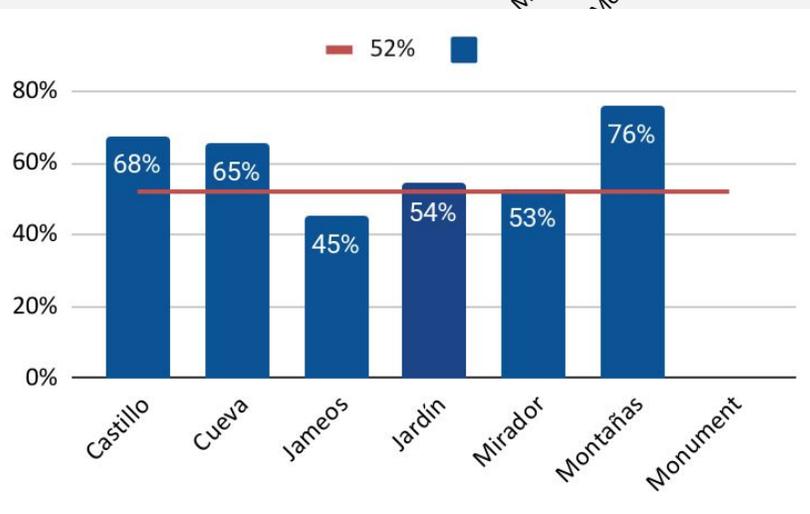
Tranquilidad durante la visita



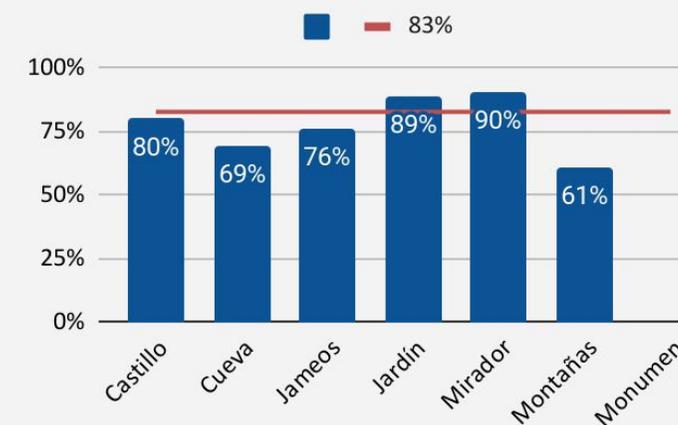
Amabilidad y profesionalidad del personal



Información recibida



Tiempo de espera



El tiempo de espera tiene una media de menciones positivas del 83%, la amabilidad y profesionalidad se sitúa algo por debajo con un 76%, seguido de la tranquilidad con un 73% de casos y la información recibida con un 52%, siendo este el parámetro peor valorado en su conjunto.

# Calidad percibida en otros servicios

**Positiva** = Muy bien + bien

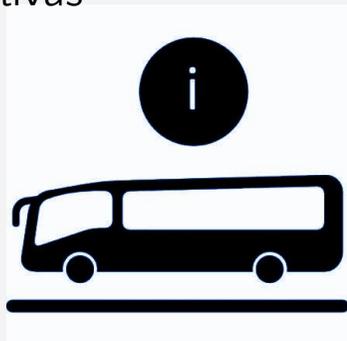
**Negativa** = Muy mal + mal

**Neutra** = Normal

La **información** fue valorada por **154** clientes (96% de la muestra). Obtuvo un **83%** de menciones positivas.

La **profesionalidad** fue valorada por **153** clientes (95% de la muestra). Obtuvo un **92%** de menciones positivas.

Las **demostraciones** fueron valoradas por **154** clientes (96% de la muestra). Obtuvieron un **91%** de menciones positivas.



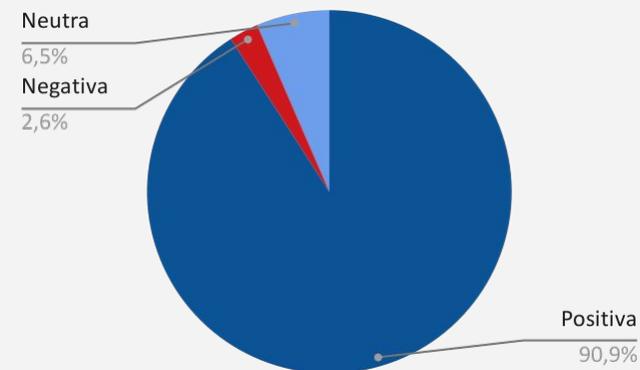
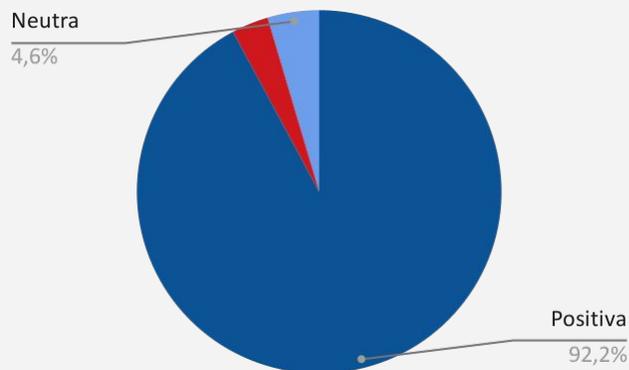
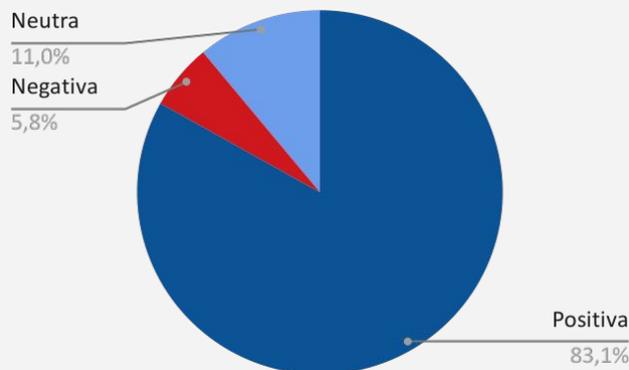
**Información**  
**Tour-Bus**



**Profesionalidad**  
**Chófer**



**Demostraciones**



# Calidad percibida en otros servicios

**Positiva** = Muy bien + bien

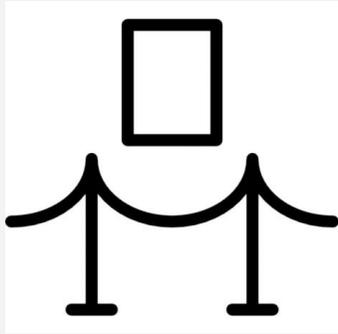
**Negativa** = Muy mal + mal

**Neutra** = Normal

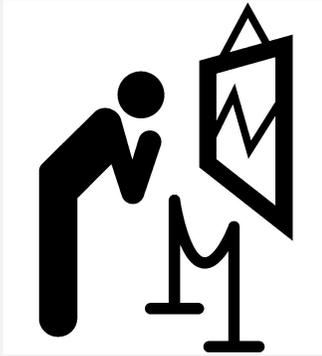
La **disposición** fue valorada por **37** clientes (95% de la muestra). Obtuvo un **76%** de menciones positivas.

La **temática** fue valorada por **36** clientes (92% de la muestra). Obtuvo un **78%** de menciones positivas

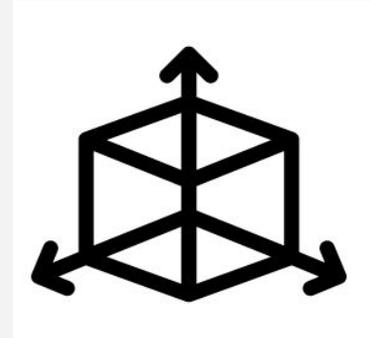
El **tamaño** fue valorado por **35** clientes (90% de la muestra). Obtuvo un **71%** de menciones positivas



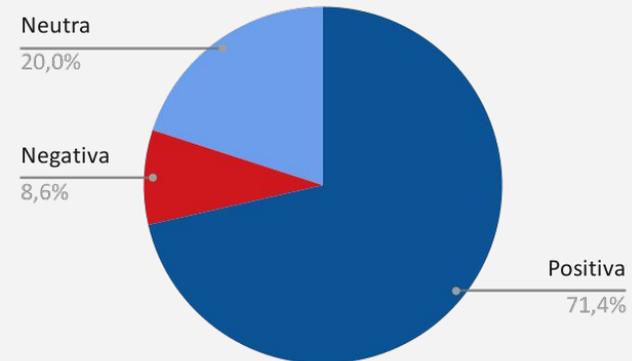
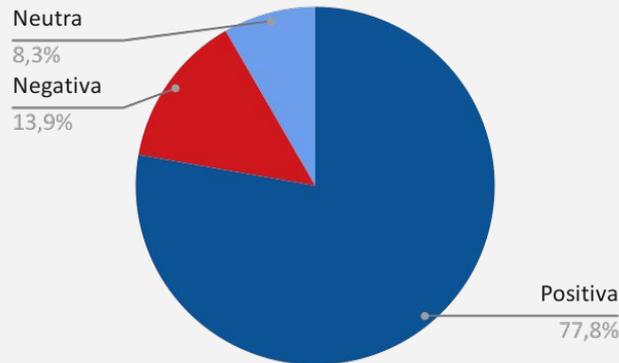
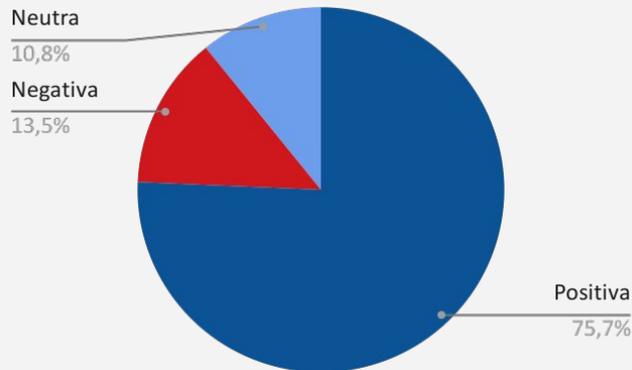
Disposición y Presentación



Temática de la Expo



Tamaño de la Expo



# Calidad percibida en otros servicios

**Positiva** = Muy bien + bien

**Negativa** = Muy mal + mal

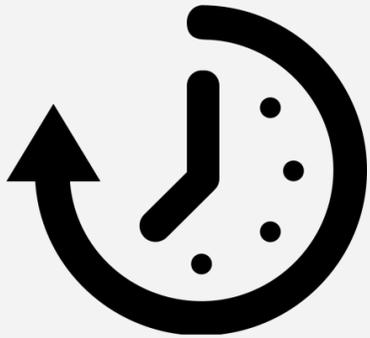
**Neutra** = Normal

El **tiempo** fue valorado por **45** clientes (90% de la muestra). Obtuvo un **64%** de menciones positivas.

La **iluminación** fue valorada por **46** clientes (92% de la muestra). Obtuvo un **65%** de menciones positivas.

La **información** fue valorada por **45** clientes (90% de la muestra). Obtuvo un **67%** de menciones positivas.

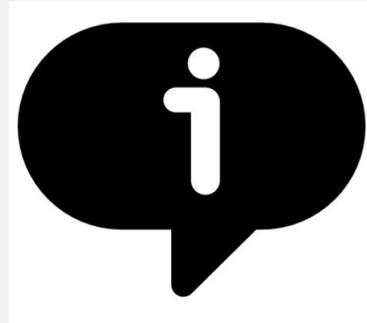
La **profesionalidad** fue valorada por **45** clientes (90% de la muestra). Obtuvo un **69%** de menciones positivas



Tiempo de Visita



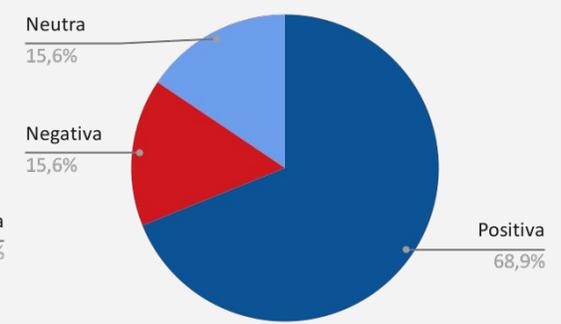
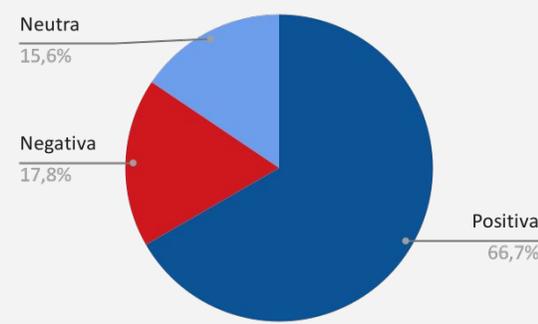
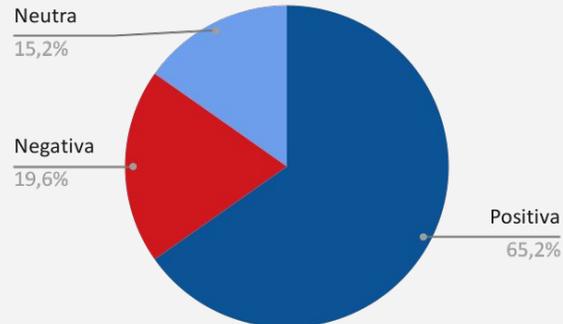
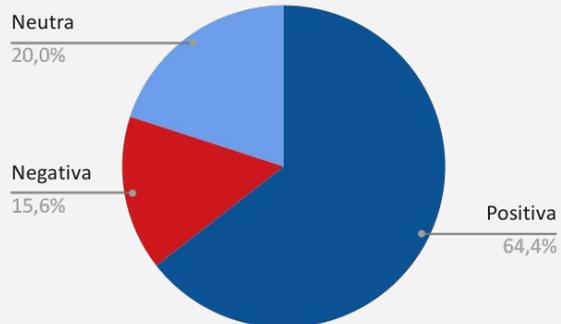
Iluminación



Información Recibida



Profesionalidad Guía



# Aportaciones de los visitantes

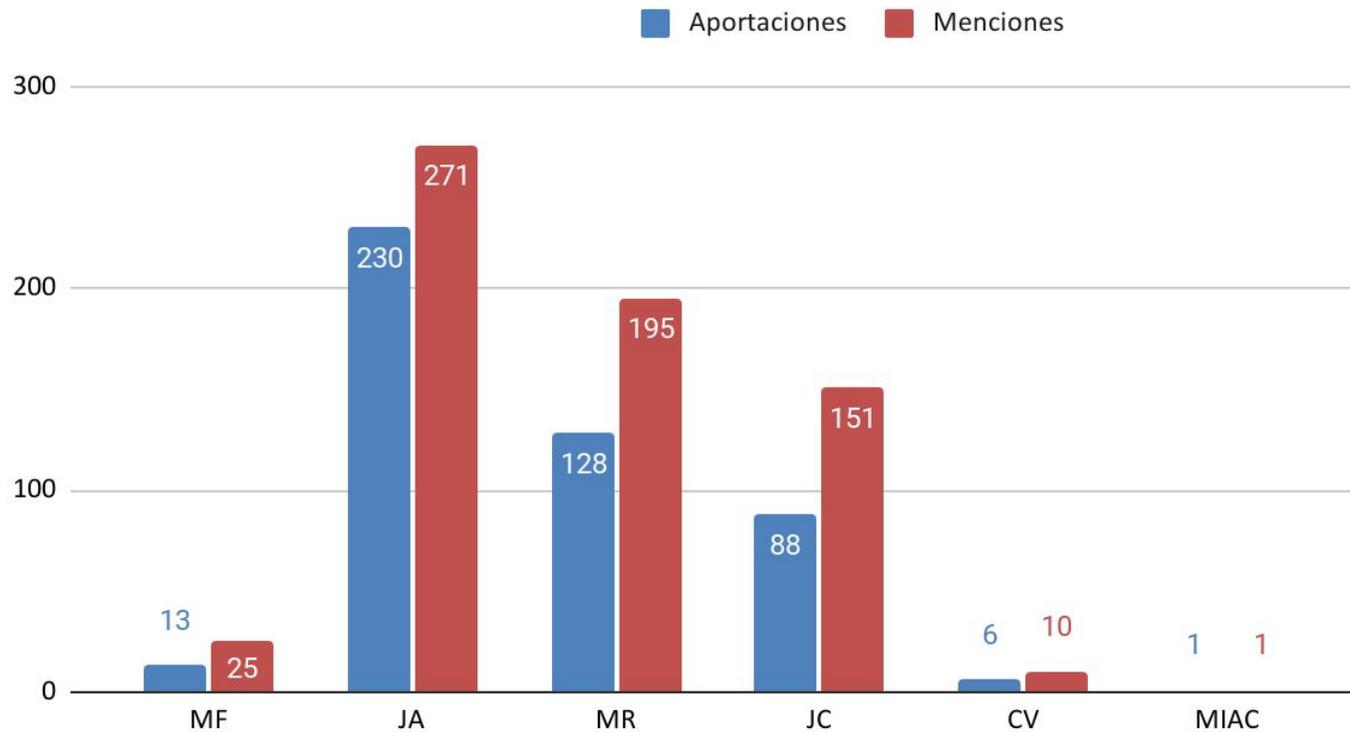
Principales comentarios realizados en las preguntas abiertas de mejora

.

# Aportaciones de los visitantes

La mayoría de clientes no realizan comentarios en las preguntas abiertas, **466 de 3.125** (un 14.4% de los mismos). En conjunto se obtienen **653 menciones**. El centro que más muestra recoge es Jameos del Agua con 230 aportaciones, seguido de Mirador con 128 y Jardín con 88. De los temas más recurrentes en general aluden al precio y a la información recibida.

Frecuencia por centro



Tener en cuenta que en el análisis semántico de este estudio se han eliminado los comentarios tipo “burla” o “erratas” donde no se exponía ningún comentario de valor.

# Aportaciones de los visitantes

El análisis semántico de la información proporcionada revela las preocupaciones y deseos de los clientes respecto a su experiencia en el centro. Se pueden identificar varios temas y categorías de comentarios, que se agrupan de la siguiente manera:

## 1. Precios Elevados

La mayoría de los comentarios se centran en el precio, que es considerado "muy elevado" o "excesivo". Palabras clave como "caro", "robo", "exorbitado", y "demasiado caro" destacan repetidamente, indicando una fuerte insatisfacción con la relación calidad-precio del servicio ofrecido. Además, muchos sugieren que los precios deberían ser reducidos, especialmente para jóvenes y residentes locales.

## 2. Falta de Información

Otro punto recurrente es la falta de información sobre el centro y sus atracciones. Muchos visitantes expresan que no recibieron suficiente información al ingresar y durante su visita. Comentarios como "más información sobre las especies de plantas", "necesidad de paneles informativos" y "falta de explicación geológica" sugieren que los visitantes buscan una experiencia más educativa y enriquecedora.

## 3. Mejoras en la Infraestructura

Los comentarios sugieren la necesidad de mejorar la infraestructura del centro. Las menciones sobre "escaleras menos rocosas", "más espacios de sombra", y "aumento de la capacidad del parking" reflejan una demanda de mayor comodidad y accesibilidad. Además, algunos visitantes proponen la creación de más zonas de actividad para niños y más interacción en las exhibiciones.

# Aportaciones de los visitantes

## 4. Calidad de la Experiencia

Aparte de los precios y la información, hay comentarios que indican que la experiencia en general no cumple con las expectativas. Frases como "no vale la pena", "poco especial" y "aburrido" evidencian que algunos visitantes esperaban más de su visita, sugiriendo que se necesita diversificar las atracciones y actividades dentro del centro.

## 5. Demandas por Guías y Explicaciones

Los visitantes también hacen hincapié en la importancia de contar con guías o explicaciones durante la visita. Comentarios como "se necesitaría un guía que explique" y "más explicaciones sobre lo que se ve" sugieren que una mayor interacción personal podría enriquecer la experiencia y ofrecer una mejor comprensión del entorno.

## 6. Aspectos Ambientales y Naturales

Algunos comentarios resaltan la necesidad de preservar el entorno natural. Expresiones como "cuidado de las plantas" y "limpiar más las piscinas" indican que los visitantes están preocupados por el impacto ambiental y sugieren que el centro debería tomar medidas para proteger y cuidar el área natural.

## Conclusiones

La mayoría de los comentarios reflejan una insatisfacción general con el precio y la falta de información, lo que sugiere que el centro necesita mejorar su oferta en estas áreas. Implementar cambios en la estructura de precios, proporcionar información adecuada, y enriquecer la experiencia del visitante a través de guías y actividades adicionales podrían mejorar significativamente la percepción del centro y la satisfacción del cliente.

# Aportaciones de los visitantes

## Cueva de Los Verdes (6 clientes/ 10 aportaciones)

En el análisis semántico de los comentarios sobre aspectos a mejorar en el **centro Cueva de los Verdes**, se pueden identificar algunas áreas clave de mejora. Las siguientes contribuciones:



### 1. Iluminación y visibilidad

Varios comentarios mencionan la **iluminación** y **visibilidad** como áreas de mejora. Por ejemplo:

- "Light un the auditoriom States for beaterio visibility" (Se sugiere mejorar la iluminación en el auditorio para mayor visibilidad).
- "Die Beleuchtung" (La iluminación en general).

### 2. Tamaño de los grupos

- "Grupos más reducidos" sugiere que el tamaño de los grupos de visitantes es un problema. Los visitantes probablemente sienten que los grupos grandes dificultan la experiencia, afectando la inmersión y el disfrute del recorrido.

### 3. Aburrimiento y monotonía

Algunos comentarios reflejan la percepción de que la experiencia en la Cueva de los Verdes es **monótona** o **aburrida**:

- "Es war ein bisschen langweilig da alles sehr einseitig gestaltet war" (Fue un poco aburrido porque todo estaba diseñado de manera muy unidimensional).

### 4. Elementos adicionales confusos

- "Justemos z polski malo kutasow i viperino" parece un comentario sin relación directa o relevante con el contexto del centr.
- "Tío Leto" y "Not hitting he además" parecen comentarios confusos o sin un contexto claro en relación con las mejoras necesarias.

# Aportaciones de los visitantes

Cueva de Los Verdes (6 clientes/ 10 aportaciones)

## Conclusiones Generales

Las principales áreas de mejora sugeridas en el análisis semántico son:

1. Algunos visitantes perciben que la **iluminación** en ciertas áreas, particularmente en el auditorio, es insuficiente y afecta la calidad de la experiencia.
2. **Reducir el tamaño de los grupos** o limitar el número de personas por visita podría mejorar la experiencia, haciéndola más personalizada y menos agobiante.
3. **Variedad**: Aumentar la diversidad en la narrativa o los elementos visuales para combatir la sensación de monotonía.



# Aportaciones de los visitantes

## Jameos del Agua (230 clientes/ 271 aportaciones)



A continuación se detalla una muestra del análisis semántico destacando los temas más recurrentes:

1. **Precio**
  - **Frecuencia:** El término "precio" aparece en muchos comentarios, indicando que este es un tema central en la experiencia del visitante.
  - **Sentimiento General:** La mayoría de los comentarios respecto al precio son negativos, describiéndolo como "excesivo", "elevado", "caro" o "un rollo". Muchos consideran que el costo de la entrada no se justifica por la calidad y cantidad de la experiencia ofrecida.
  - **Ejemplos de comentarios:**
    - "El precio es excesivo para ser una visita libre."
    - "15€ por ver un restaurante, unos supuestos cangrejos, un auditorio vacío y una piscina que no puedes utilizar."
2. **Falta de Información**
  - **Frecuencia:** Muchos visitantes mencionan la falta de información sobre el sitio, tanto en términos de la historia como de las atracciones disponibles.
  - **Sentimiento General:** Hay un sentimiento de insatisfacción por la ausencia de guías, explicaciones o materiales informativos que podrían enriquecer la experiencia del visitante.
  - **Ejemplos de comentarios:**
    - "Dar información sobre el sitio, no hay nada de información."
    - "Nada de explicaciones, ni folleto informativo ni nada."
3. **Experiencia Artificial**
  - **Frecuencia:** Algunos comentarios destacan que la experiencia se siente "muy artificial" y que hay una falta de conexión con la naturaleza.
  - **Sentimiento General:** Los visitantes desean una experiencia más auténtica y natural que refleje el entorno.
  - **Ejemplos de comentarios:**
    - "Se ha perdido el encanto natural del entorno con la piscina artificial."
    - "El restaurante le quita naturalidad a algo que sería más bonito salvaje."

# Aportaciones de los visitantes

## Jameos del Agua (230 clientes/ 271 aportaciones)



### 4. Calidad de las Atracciones

- **Frecuencia:** Los visitantes comparan Jameos del Agua con otros sitios de interés, como la Casa de César Manrique o las Cuevas de los Verdes, indicando que no están satisfechos con lo que se ofrece en Jameos del Agua.
- **Sentimiento General:** Muchos consideran que el sitio no cumple con sus expectativas, especialmente en relación con el precio pagado.
- **Ejemplos de comentarios:**
  - "La casa de César Manrique y el jardín de cactus son más bonitos."
  - "Para nada este centro corresponde a las expectativas que teníamos, especialmente por los 15 eurazos que cuesta."

### 5. Sugerencias de Mejora

- **Frecuencia:** Los comentarios incluyen varias sugerencias para mejorar la experiencia, como bajar el precio, ofrecer más información, y limitar la cantidad de visitantes.
- **Sentimiento General:** Los visitantes están interesados en ver cambios que podrían hacer que el sitio sea más atractivo y accesible.
- **Ejemplos de comentarios:**
  - "Bajar el precio de la entrada."
  - "Mejorar la información disponible y proporcionar visitas guiadas."

## Conclusión

El análisis de los comentarios revela un fuerte descontento con el precio de la entrada y la falta de información durante la visita. Los visitantes buscan una experiencia más auténtica y enriquecedora que se alinee mejor con las expectativas que tienen al pagar una entrada elevada. Implementar cambios en estas áreas podría resultar en una experiencia más satisfactoria para los futuros visitantes del Centro Jameos del Agua.

# Aportaciones de los visitantes

## Montañas del Fuego (13 clientes/ 25 aportaciones)

El análisis semántico de las aportaciones de mejora de los visitantes del centro Montañas del Fuego revela varias categorías de insatisfacción y propuestas, que se pueden agrupar de la siguiente manera y según orden de importancia:



### 1. Precio

- “Moins cher” (Más barato)
- “Precio excesivo del acceso”
- “El precio”
- “The price its too high, before was 10 euro”

**Conclusión:** Los visitantes perciben que el precio de entrada es elevado, especialmente en comparación con precios anteriores. Esto puede estar afectando su percepción de la experiencia general.

### 2. Tiempo de espera

- “Tardanza en acceder”
- “Too much traffic long wait” (Demasiado tráfico, larga espera)
- “La espera en coche, los autobuses no tienen por qué subir antes que los coches, cuando el ticket es el mismo precio”

**Conclusión:** Las largas esperas, tanto en los accesos como por el tráfico, son una fuente significativa de frustración. Además, existe una percepción de injusticia cuando los autobuses tienen prioridad sobre los coches a pesar de que el precio del ticket es el mismo.

### 3. Duración del recorrido y contenido

- “Un viaje más largo y una explicación más amplia”
- “Explicación del bus escasa”

# Aportaciones de los visitantes

## Montañas del Fuego (13 clientes/ 25 aportaciones)

- “Tiempo recorrido corto”
- “Not Many informations received, traffic endless no informations” (No se recibió mucha información, el tráfico interminable sin información)

**Conclusión:** Hay una demanda de mayor duración del recorrido y una explicación más detallada sobre los puntos de interés durante la visita, lo que sugiere que € está cumpliendo las expectativas de los visitantes.



## 4. Información disponible y accesibilidad

- “Manca Guida in italiano NéI pulman. Non si capisce e non e detonan all inicio del qcode” (Falta guía en italiano en el autobús. No se entiende y no aparece al inicio del código QR)
- “Dar más información de los puntos de interés del recorrido durante la visita”
- “Not Many informations received” (No se recibió mucha información)
- “Informar de la disponibilidad de ticket considerando un aforo máximo por día y hora”

**Conclusión:** Los visitantes piden una mejor organización de la información, tanto en otros idiomas (como el italiano) como sobre los puntos de interés. Además, se señala la necesidad de informar sobre el aforo y la disponibilidad de tickets, lo que podría ayudar a reducir la frustración relacionada con el tiempo de espera.

## 5. Infraestructura y accesos

- “Mettere le sponde ai bordi dela strada” (Poner barandillas en los bordes de la carretera)
- “Aumento de la capacidad del parking y asignación a las visitas de fecha y hora”
- “Algún parador para bajar a contemplar y fotografiar con tranquilidad”
- “Creación de bonos culturales”
- “Algún espacio dedicado a los volcanes”

# Aportaciones de los visitantes

## Montañas del Fuego (13 clientes/ 25 aportaciones)

**Conclusión:** Las sugerencias indican que los visitantes desean mejoras en la infraestructura del lugar, como barandillas en la carretera para mayor seguridad, un grande, y la posibilidad de hacer paradas para tomar fotos. También se menciona la creación de espacios culturales o temáticos, como un área dedicada a los volc



## 6. Quejas sobre el servicio y la comida

- “Was ein saftladen” (Qué lugar tan malo)
- “Essen schmeckt nicht” (La comida no sabe bien)

**Conclusión:** Aunque menos frecuente, algunos visitantes han mencionado específicamente la insatisfacción con la calidad del servicio y la comida en el lugar.

## Conclusión general

El análisis semántico de estas aportaciones muestra una demanda clara de mejoras en cuanto a la relación calidad-precio, la organización del acceso, el tiempo de espera, la duración y calidad de las explicaciones, así como mejoras en la infraestructura y la disponibilidad de información en varios idiomas.

\*Varios comentarios han sido eliminados por ser inapropiados o ilegibles.

# Aportaciones de los visitantes

## Jardín de Cactus (88 clientes/ 151 aportaciones)

El análisis semántico de las aportaciones sobre mejoras sugeridas por los visitantes del **Jardín de Cactus** revela varias áreas de insatisfacción, con énfasis en el la infraestructura, la información disponible y la calidad de la experiencia en general. Estas áreas se pueden categorizar de la siguiente manera en orden de importancia:



### 1. Precio

- "Pondría las entradas más baratas"
- "Precio caro"
- "Le prix moins élevé"
- "Caro para lo que es"
- "Precio entrada residente canario"
- "Precio para jóvenes"
- "Precio para ESPAÑOLES"
- "Precio más bajo"
- "Baisser un peu le prix au vu de la taille 5€"
- "El precio"
- "Cheaper prices in gift shop"

**Conclusión:** Hay una queja generalizada sobre el precio, con varios visitantes indicando que consideran la entrada y los servicios costosos en relación con el valor percibido. También se mencionan sugerencias para descuentos a determinados colectivos o aluden cambios o inconformidades respecto al precio de "residentes".

### 2. Información sobre los cactus

- "Información de las especies de plantas"
- "Más información sobre los cactus"

# Aportaciones de los visitantes



## Jardín de Cactus (88 clientes/ 151 aportaciones)

- "Mehr Info auf schildern" (Más información en los letreros)
- "Plus d'informations didactique"
- "Info sur la variété des cactus"
- "Más información del jardín"
- "Des explications sur les cactus"
- "Woud prefer a leaflet for Info on cactus"
- "Información a la entrada o durante visita"
- "Explicación de que es este sitio"

**Conclusión:** Los visitantes desean más información detallada y educativa sobre los cactus y el jardín en general. Esto podría incluir más letreros informativos, folletos, o incluso audioguías, para enriquecer la experiencia educativa y cultural.

## 3. Infraestructura y accesibilidad

- "Pondría las escaleras menos rocosas"
- "El aparcamiento insuficiente y mal"
- "Reforma rápida del molino"
- "Path size" (Tamaño del sendero)
- "Más asfalto"
- "Plus grand" (Más grande)
- "Un acces au moulin" (Acceso al molino)
- "Sise of the exhibition" (Tamaño de la exhibición)
- "Lo sitios por los que andas"

**Conclusión:** Se perciben problemas con la infraestructura, como escaleras rocosas y un aparcamiento insuficiente. También se sugiere una mejora en el tamaño y la accesibilidad de los senderos y la reforma del molino.

# Aportaciones de los visitantes

## Jardín de Cactus (88 clientes/ 151 aportaciones)



### 4. Comodidad (sombras, descanso, calor)

- "Solo hay sombra en el bar, pagando"
- "Más sitios donde descansar, sombras"
- "Plus d'espace ombrage" (Más espacios sombreados)
- "Mehr Schatten" (Más sombras)
- "Más espacios de sombra"

**Conclusión:** La falta de sombra y áreas de descanso es un tema recurrente. Muchos visitantes consideran que sería beneficioso disponer de más áreas sombreadas para hacer la visita más cómoda, especialmente en un clima caluroso.

### 5. Calidad de la experiencia y servicios

- "Que haiga más cosas ya que estuvo un poco aburrido"
- "Demasiada people"
- "More interactivo experience"
- "The food was very por quality"
- "Better price vs content" (Mejor relación precio-calidad)
- "Desayunos gratis"

**Conclusión:** Se sugiere que la experiencia en general podría ser más interesante e interactiva. La calidad de la comida también parece ser un punto de insatisfacción, y se mencionan servicios como "desayunos gratis" como una posible mejora.

### 6. Guías y explicaciones

- "Un guía que explique la historia y los distintos tipos de cactus"
- "Algún guía"
- "Spiegazioni tour guidati" (Explicaciones en tours guiados)

# Aportaciones de los visitantes

## Jardín de Cactus (88 clientes/ 151 aportaciones)

- "Audioguía"
- "Supporto digitale storia giardino" (Soporte digital sobre la historia del jardín)

**Conclusión:** Existe un interés en tours guiados o audioguías para recibir más información y contexto durante la visita. Estas sugerencias indican que los visitantes quieren una experiencia más informativa y personalizada.



## 7. Mejoras en la presentación de los cactus

- "Plus de variétés" (Más variedad)
- "Les cactus sont laids" (Los cactus son feos)
- "Recuperar bonos para visitas a distintos centros"
- "Add more cactus"
- "Más variedad de cactus"

**Conclusión:** Algunos visitantes piden una mayor variedad de cactus o mejorar su presentación visual. También hay sugerencias para una experiencia más interactiva, como permitir tocar ciertos cactus.

## 8. Diversión y entretenimiento

- "Zonas de actividad para los niños"
- "Que haiga más cosas ya que estuvo un poco aburrido"
- "Poder tocar los cactus, no todos pero algunos sí"

**Conclusión:** Algunos visitantes, especialmente familias, desean más actividades o áreas para el entretenimiento, sugiriendo que la experiencia podría mejorar con más actividades interactivas o lúdicas.

# Aportaciones de los visitantes

**Jardín de Cactus (88 clientes/ 151 aportaciones)**



## **Conclusión general**

El análisis semántico muestra que los principales puntos de mejora se concentran en el precio de las entradas, la falta de información disponible sobre las especies de cactus, la infraestructura y la comodidad (especialmente la falta de sombras y descansos). También se menciona la necesidad de una experiencia más interactiva y educativa, con guías y audioguías para explicar el contexto y la historia del jardín. La calidad de los servicios, como la comida y las áreas de descanso, también podría mejorarse.

# Aportaciones de los visitantes

## Mirador del Río (128 clientes/195 aportaciones)

El análisis semántico de las aportaciones de mejora de los visitantes del **Mirador del Río** destaca cuatro áreas principales de preocupación: **precio, información disponible, calidad de la experiencia, y limpieza y mantenimiento**. A continuación, se describen los aspectos más relevantes de cada área.



### 1. Precio

- "Precio de la entrada"
- "Precio excesivo"
- "Caro de cojones"
- "Ocho euros para un mirador es mucho"
- "El precio es muy caro para ser un mirador"
- "Prezzo troppo alto"
- "Prix prohibitif"
- "Precio muy elevado para personas residentes en las islas (residentes canarios)"
- "Precios familias numerosas"
- "Entrada gratuita para los españoles"

**Conclusión:** La percepción general es que el precio de la entrada es desproporcionado para lo que ofrece el mirador. También se mencionan tarifas específicas para familias numerosas y otros grupos que podrían mejorar la satisfacción de los visitantes.

### 2. Información y contexto del lugar

- "Más información sobre el sitio y su historia"
- "Carteles con nombres y datos de interés"
- "Puntos de información"
- "Mapa situando la isla de enfrente y poblados"
- "Más información proporcionada sobre el centro"

# Aportaciones de los visitantes

## Mirador del Río (128 clientes/195 aportaciones)

- "Visita guiada y explicaciones geológicas"
- "Interactive information"

**Conclusión:** Los visitantes desean un contexto más educativo e informativo. La falta de señalización adecuada y la poca información disponible sobre el entorno natural limitan la experiencia de quienes visitan el mirador.



## 3. Calidad de la experiencia

- "El lugar es muy caro para las nulas vistas de la isla"
- "El ruido es grave"
- "Le bruit" (El ruido)
- "Que ha habido mucha niebla"
- "Webcam para prever la visibilidad antes de venir"
- "Activar prismáticos"
- "Más vegetación"
- "Más decoraciones"

**Conclusión:** Los visitantes señalan que algunos factores, como el ruido en el mirador, la niebla o la falta de vegetación y decoración, afectan negativamente la experiencia. También se sugiere ofrecer herramientas como prismáticos o webcams para mejorar la observación de las vistas.

## 4. Limpieza y mantenimiento

- "Limpieza de los servicios"
- "Más limpieza en los aseos"
- "Limpiar o cambiar cristales"
- "Un poco más de iluminación"
- "Limpieza"

# Aportaciones de los visitantes

## Mirador del Río (128 clientes/195 aportaciones)

**Conclusión:** Se percibe una necesidad de mejorar la limpieza, especialmente en los baños. Estos aspectos prácticos, aunque menores en comparación con otros, afectan la satisfacción general de los visitantes.

### Conclusiones Generales

El análisis de las aportaciones revela que el **precio** es el aspecto más criticado, con muchas quejas sobre la relación costo-beneficio, tanto para visitantes generales como para residentes y familias. Además, la **falta de información y contexto** educativo del mirador limita la experiencia para muchos visitantes que buscan una mayor comprensión del lugar. Por otro lado, la **calidad de la experiencia** se ve afectada por factores como el ruido, la niebla y la escasez de vegetación o decoración. Finalmente, la **limpieza y el mantenimiento** son áreas donde algunos visitantes encuentran deficiencias, especialmente en los baños y las instalaciones. Se recomienda **recuperar el uso de los prismáticos** u otros equivalentes para mejora de la experiencia.



# Aportaciones de los visitantes

## MIAC (1 cliente / 1 aportaciones)

En el MIAC solo se recibe un comentario acerca del precio del establecimiento..



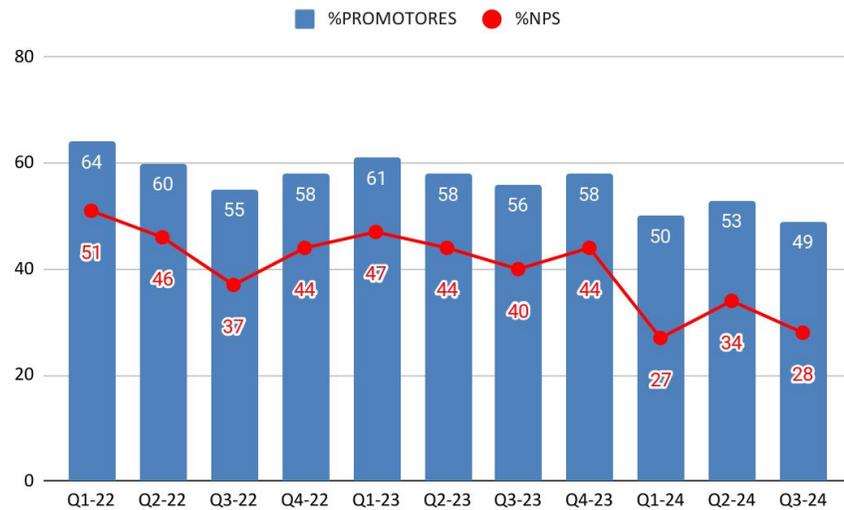
# Conclusiones y Recomendaciones

Principales conclusiones y recomendaciones.

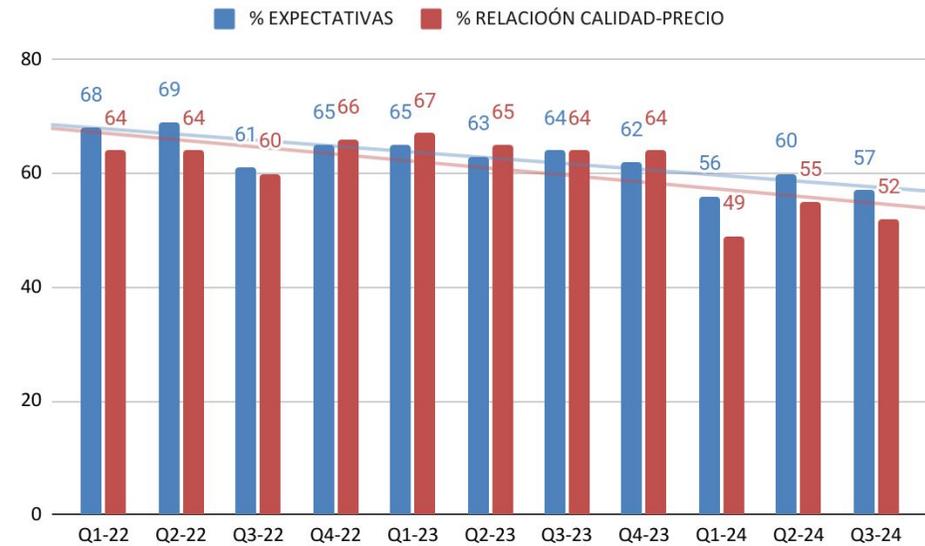
# Conclusiones

Las conclusiones que se exponen a continuación están descritas en base a los resultados del conjunto de CACT:

- El nivel de **promotores** y **NPS** disminuye respecto al trimestre equivalente:



- Las **expectativas** **disminuyen** respecto al equivalente:



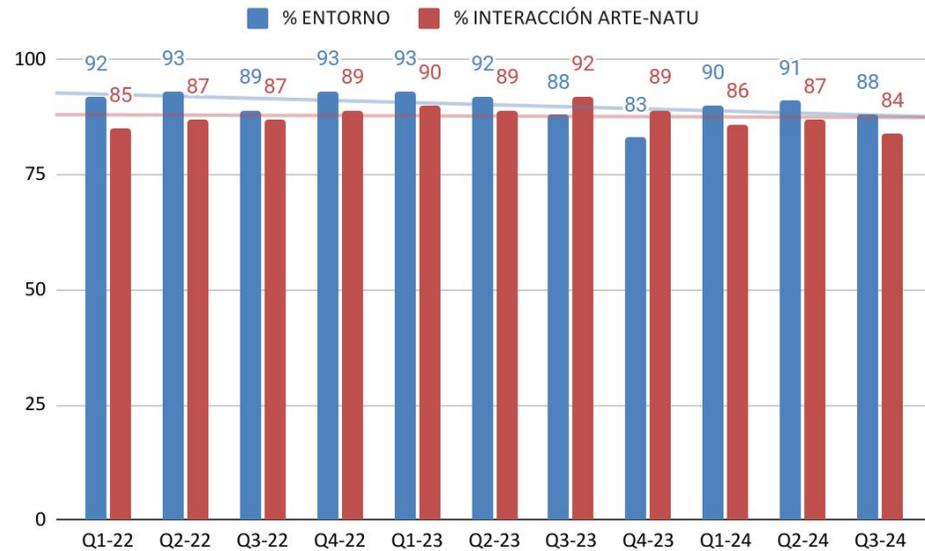
- En la **relación Calidad - Precio**, la media de satisfechos también disminuye.

# Conclusiones

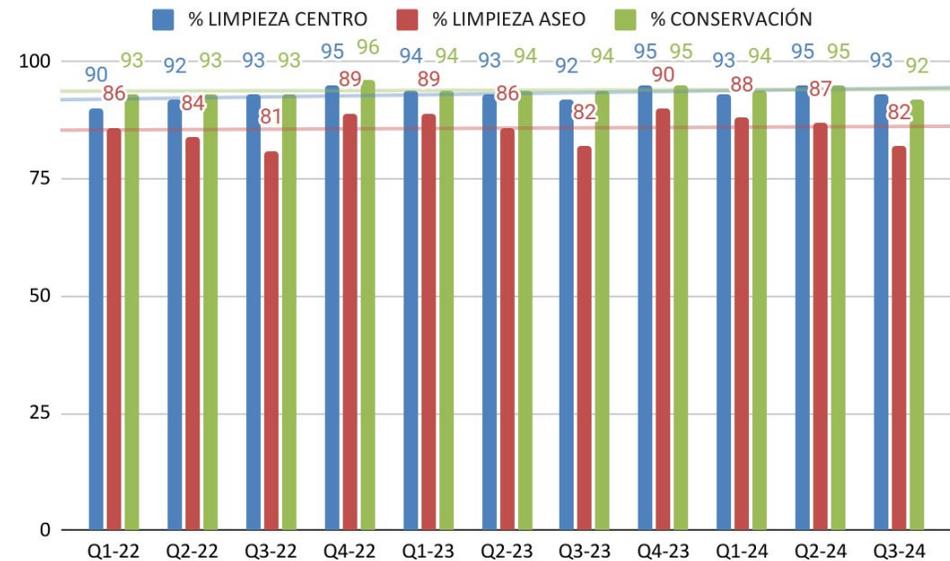


En cuanto a la **calidad percibida**, respecto a la siguiente agrupación, se extraen estos datos:

## Propuesta de Valor, promotores:

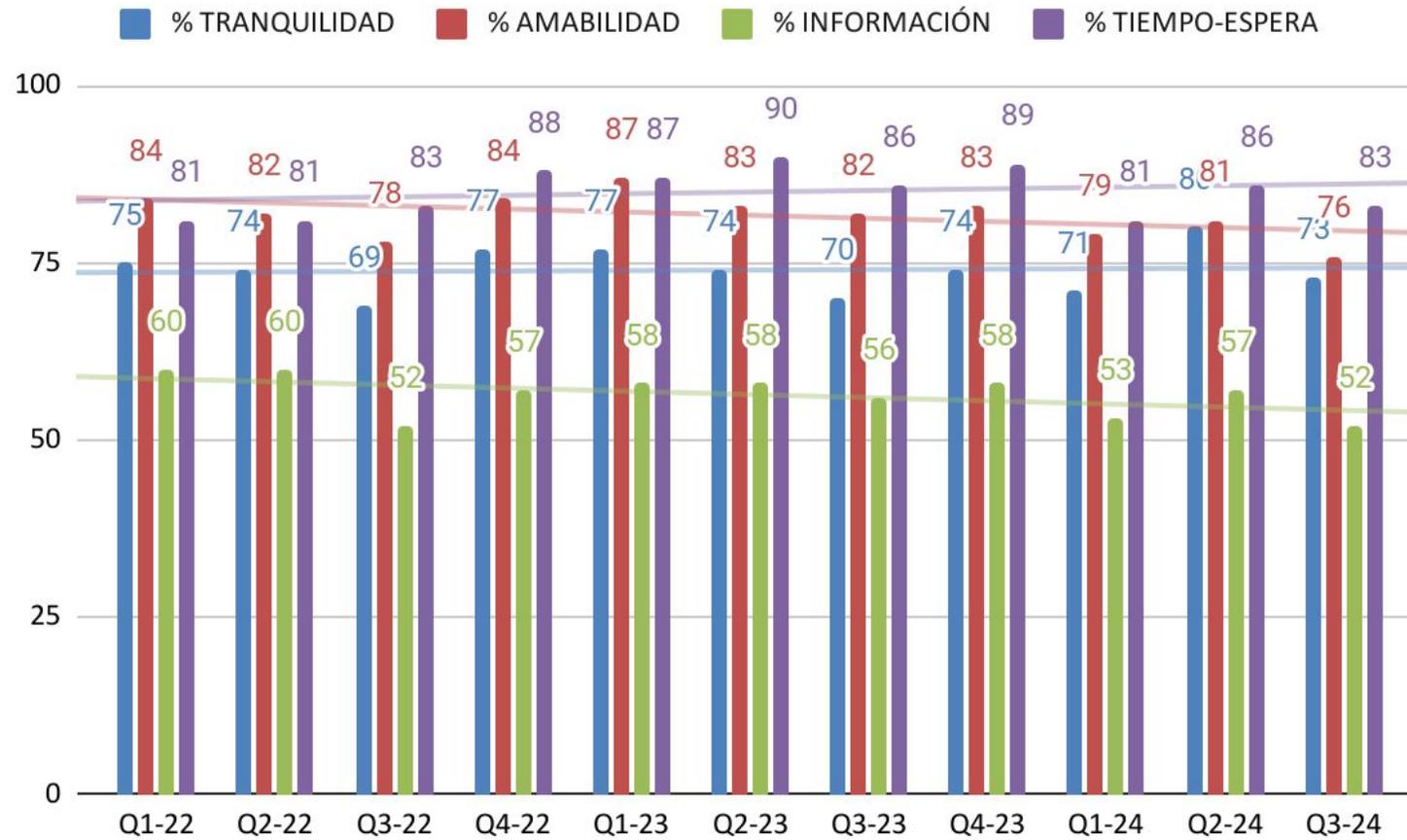


## Instalaciones, promotores:



# Conclusiones

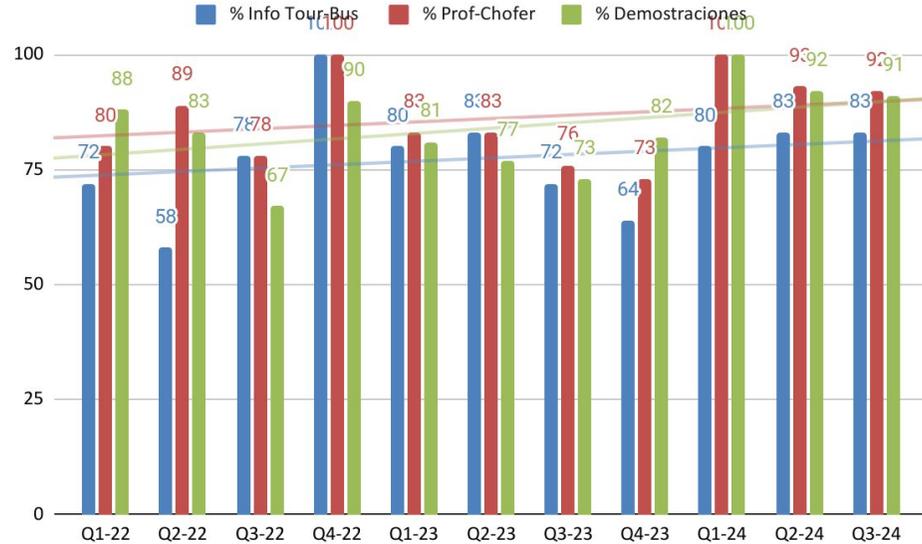
## ❑ Servicio, promotores:



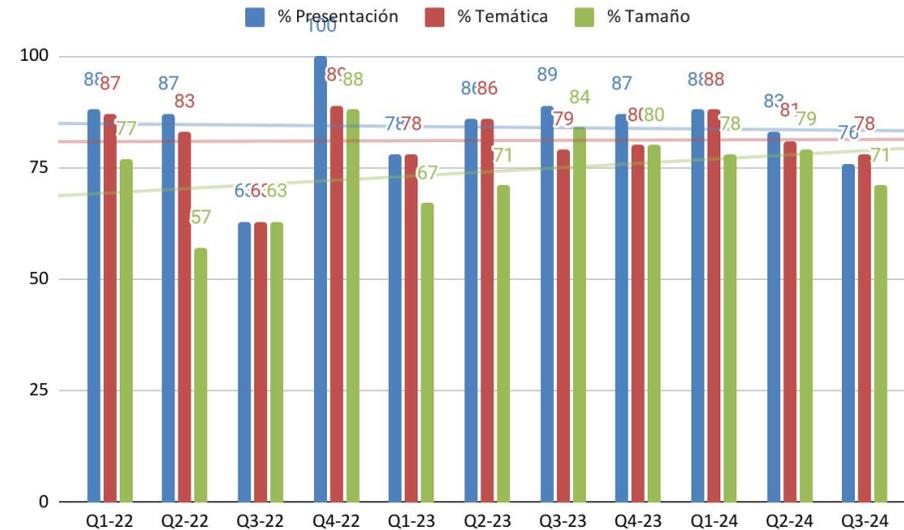
# Conclusiones

En cuanto a la **calidad percibida en otros servicios**, se extraen estos datos por centro:

## ○ Montañas del Fuego, promotores:

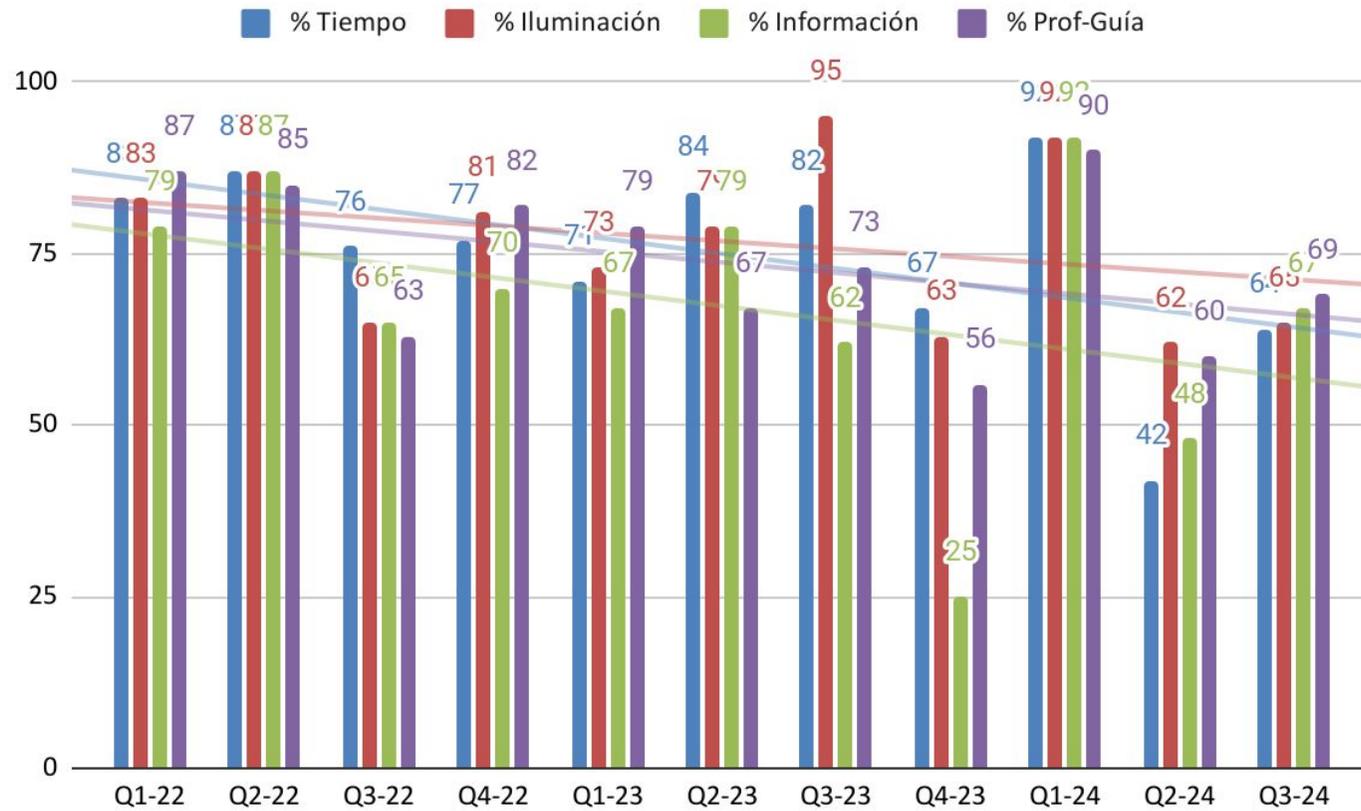


## ○ Castillo de San José, promotores:



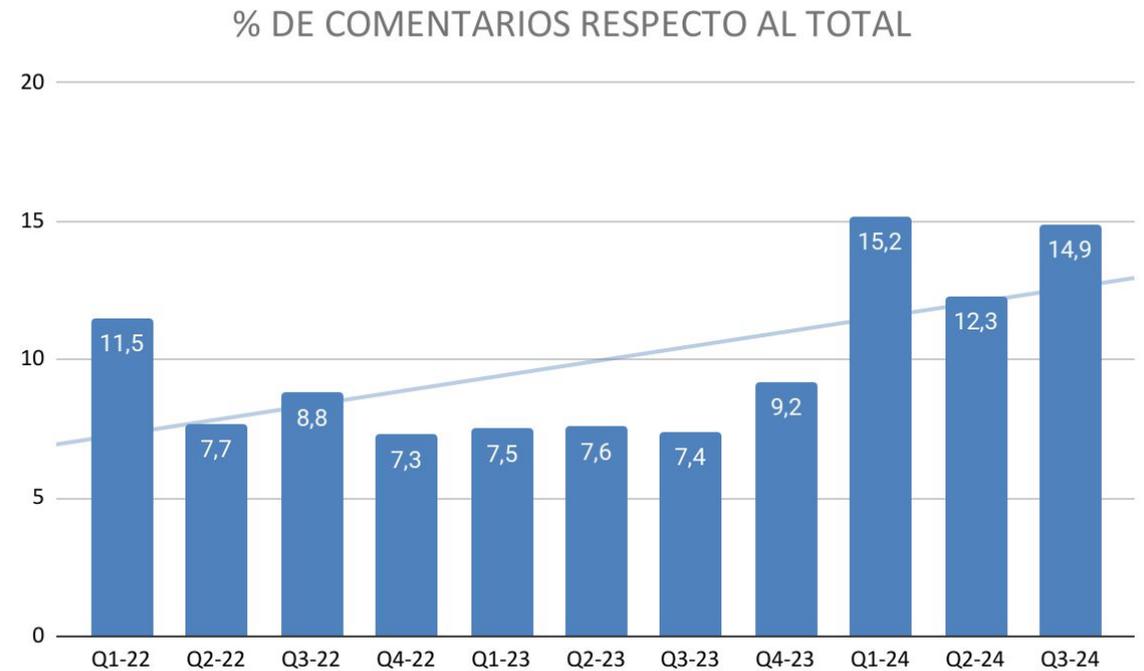
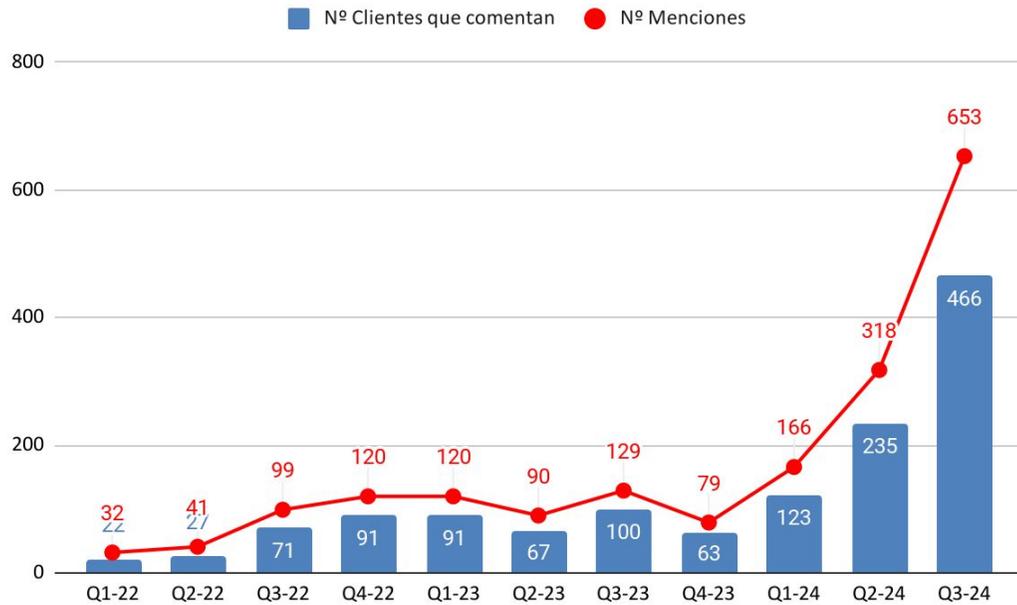
# Conclusiones

- Cueva de Los Verdes, promotores:



# Conclusiones

- Las aportaciones de visitantes se mantienen relativamente en cuanto a cantidad y temas trasladados:
  - Total clientes/total menciones:



# Recomendaciones

Para este trimestre se ha obtenido muestra representativa en el global de la red CACT, con un **índice de error muestral del 1.7%**. También se han llegado a los objetivos de representatividad fijados en Jameos del Agua, Jardín de Cactus y Mirador del Río (como en el trimestre precedente). **Montañas y Cueva no ha conseguido** pero siguen en tendencia de mejora respecto a los antecedentes.

Se considera oportuno tener en cuenta sólo los centros con muestra representativa para tomar decisiones al respecto o en cualquier caso atender aquellos aspectos de mejoría o de fácil solución. Estos son los indicadores que se presentan por debajo de la media en los centros con buena representatividad:

**Jameos:** expectativas, calidad- precio, entorno natural, interacción arte-naturaleza, limpieza del centro, limpieza baños, estado de conservación, tranquilidad durante la visita, amabilidad-profesionalidad, información y tiempo de espera. Tener en cuenta que el nivel de detractores de Jameos del Agua es bastante elevado.

**Mirador:** Calidad- precio

\*En **Jardín** todos están en torno a la media o por encima

En el global los datos se mantienen con la misma relatividad entre ellos pero con valores inferiores por lo general. Parece que hay una relación inversa entre la representatividad y el resultado en el global (a mayor representatividad bajan las medias globales). Uno de los aspectos **peor valorados sigue siendo la información que se recibe (52% de menciones positivas)**, pudiéndose referir tanto a la cartelería, información verbal, indicaciones, idiomas etc. En este aspecto se recomienda trasladar a cada centro esta deficiencia por ver de qué manera viable se puede solucionar.

Tener en cuenta que **muchos indicadores como la relación calidad-precio o NPS parecen tener una tendencia negativa** en el histórico (se debe relacionar con la representatividad de cada trimestre/centro). se recomienda hacer un estudio individualizado (por centro) de estos indicadores.

Para este informe se ha cambiado la forma de representar el resultado del análisis de las aportaciones de los visitantes..