



iRON_Rtes'11

Índice de Reputación Online
de Restauración 2011

Resumen Ejecutivo

#Introducción

¿Dónde comemos hoy?

Cada vez más clientes potenciales responden a esta pregunta influenciados por las opiniones y valoraciones de otros usuarios disponibles en Internet.

¿Cuál es el nivel de competitividad online de nuestro sector de restauración?

En ese nuevo entorno de decisión, hemos analizado en portales online especializados más de 68.000 fichas de **restaurantes, bares y cafeterías**, ubicados en 20 provincias españolas representativas de la diversidad de nuestros destinos turísticos y que, en su conjunto, agregan más de 280.000 opiniones de clientes.

Ser **visible** con una **reputación positiva y estable en Internet**, marcará una diferencia competitiva clave entre los establecimientos que aspiran estar en la **decisión final del cliente**.

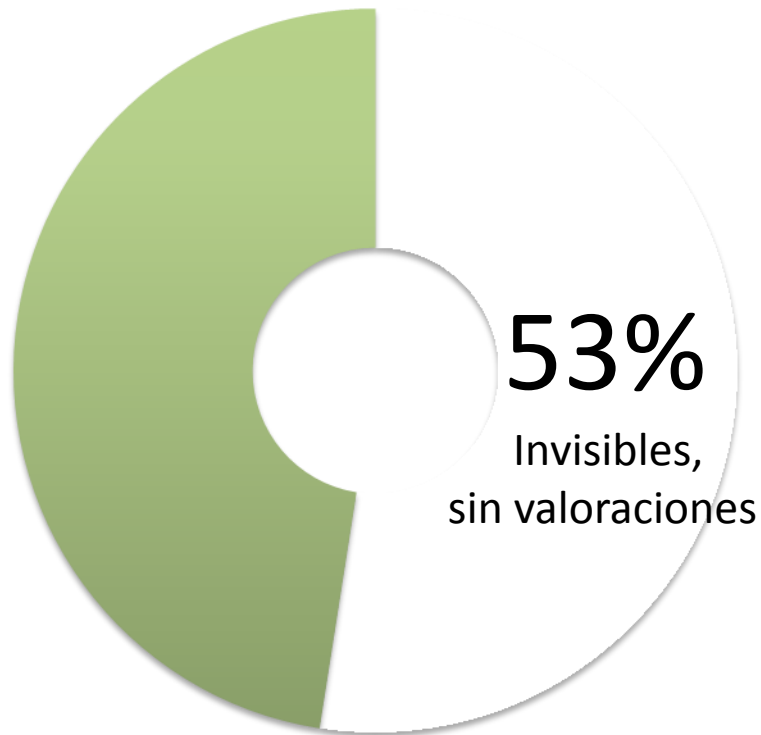
¿Prefieres leerlo
en tu móvil?



#Conclusiones

- > El **53%** de los establecimientos de restauración analizados, **no tienen valoraciones de usuarios** online. Son **“INVISIBLES”** para los nuevos clientes.
- > De los que sí están valorados, el **82%** tienen **menos de 10 valoraciones** de clientes. Son **“INESTABLES”** en su reputación.
- > El **36%** de los establecimientos con valoraciones de clientes están **puntuados entre 0 y 6** sobre 10. Son **“INSATISFACTORIOS”**, no cumplieron las expectativas.
- > El conjunto de establecimientos de restauración con opiniones de clientes, alcanza un **Índice de Reputación Online “iRON”** de **7,38** sobre 10.
- > **1 de cada 4 destinos** analizados obtiene un **“iRON” inferior a 7**, en sus establecimientos de restauración.





n= 68.737

53% de los establecimientos de restauración presentes en los portales de opinión online **NO TIENEN VALORACIONES de clientes.**

Para cualquiera de estos negocios, no estar presente en esos contenidos generados por los usuarios (CGU), equivale a ser casi **invisible** en las fases de inspiración y decisión de nuevos clientes.

#Estabilidad



n= 32.783

82% de los establecimientos de restauración que SÍ obtiene opiniones en Internet, **tienen MENOS DE 10 valoraciones**, y 1 de cada 3 sólo tiene 1 valoración.

Un escaso volumen de opiniones y de valoraciones implica un alto riesgo de **inestabilidad** de su reputación online, por las grandes fluctuaciones potenciales que supone cada nueva crítica.

#Concentración



10% de los establecimientos de restauración presentes en los portales online incluidos en el estudio, **ACUMULAN el 75% del total de valoraciones** de clientes.

La **alta concentración** de CGU, supone importantes **ventajas competitivas** para aquellos establecimientos que la han conseguido, al ser **excluyente, retroalimentada** y garante de **visibilidad y estabilidad** de reputación.

#Satisfacción

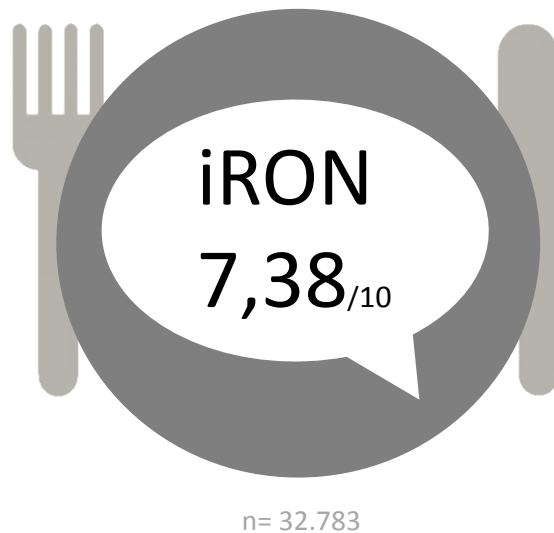


36% de los establecimientos de restauración con opiniones, tienen una **VALORACIÓN entre 0 y 6 puntos** (sobre 10) por parte de los clientes online, claramente **insatisfactoria** (no cumplen expectativas y no alcanzan el umbral mínimo de satisfacción, 7-8 puntos).

En el lado opuesto, el **19%** alcanza unas **valoraciones de excelencia** por parte de los clientes: entre 9 y 10 puntos (superan expectativas).

#iRON_Restauración 2011

viventialvalue®



El Índice de Reputación Online “iRON_Rtes’11” es **7,38** sobre 10, para el conjunto de los negocios de restauración con valoraciones de clientes; tras realizar una ponderación de las **valoraciones**, **volúmenes** de opiniones e **importancia de las webs** en que aparecen.

En **1 de cada 4 de los destinos** analizados en el estudio, su restauración obtiene un **iRON menor a 7**. Y sólo en 1 de cada 10 casos se alcanza un iRON ligeramente mayor a 8, en concreto en las islas Mallorca y Tenerife.

#Ficha técnica:

> Metodología:

“Brand Experience 2.0”, basada en la combinación de analistas expertos y software de desarrollo propio para la captura y análisis de grandes cantidades de datos online. Diseñada por Vivential Value específicamente para el estudio comparativo de reputación online a nivel sectorial, y de validez contrastada en estudios locales y nacionales desde 2008.

> Objetivo:

Establecer un referencial de Reputación Online que posibilite la comparación competitiva entre operadores públicos y privados del sector de restauración, mediante la creación y actualización periódica de un cuadro de mando sectorial, formado por más de veinte indicadores entorno al Índice de Reputación Online “iRON”, y de características similares al consolidado indicador nacional “[iRON Hoteles](#)”.

> Muestra:

- 68.737 fichas de establecimientos de restauración presentes en importantes portales de opiniones y reservas online.
- 283.736 opiniones agregadas para el total de establecimientos.
- 20 provincias españolas, que garantizan diversidad y representatividad turística nacional.

> Destinos provinciales analizados:

A Coruña, Asturias, Cáceres, Barcelona, Cantabria, La Rioja, Madrid, Málaga, Mallorca (isla), Murcia, Navarra, Pontevedra, Salamanca, Segovia, Sevilla, Valencia, Tenerife (isla), Toledo, Vizcaya y Zaragoza.

> Periodo:

Datos acumulados hasta julio de 2011.

> Distribución autorizada:



#Podemos ayudarte:

¿Quieres conocer y mejorar la Reputación Online de tu marca, negocio o destino?

- > Estudios sectoriales y ad-hoc.
- > Monitorización y gestión.
- > Formación a medida.

viventialvalue[®]
customer experience management

Avda. Diagonal, 468, 8º
08006 Barcelona
tel. + 34 93 396 20 80
info@viventialvalue.com
www.viventialvalue.com