

RESTAURANTES

Reporte ACSI 2018-2019



Los restaurantes de servicio completo mantienen alta la satisfacción del cliente; la experiencia de los restaurantes de comida rápida cae.

La satisfacción del cliente con el sector de Servicios de Comida retrocede ligeramente, un 0,6% hasta un puntaje de **78,9** en la escala de 100 puntos del American Customer Satisfaction Index (ACSI®). La caída se produce en medio de resultados mixtos para los restaurantes, ya que la industria de Restaurantes de Servicio Completo se mantiene alta y la satisfacción del cliente estable, mientras que los Restaurantes de Comida Rápida se deslizan en comparación con hace un año. Sin embargo, la estabilidad es el patrón en ambos segmentos, con todas las cadenas estables o moviéndose solo 1% año tras año.

Más de la mitad del gasto de los consumidores en alimentos se dirige a la industria de restaurantes, se proyecta que las ventas de esta industria seguirán creciendo a un ritmo moderado para alcanzar los US\$863 mil millones en 2019. Sin embargo, se han producido algunas fluctuaciones, ya que las ventas en abril disminuyeron un 0,4%.

La industria de restaurantes continúa enfrentando desafíos, que incluyen la escasez de personal y la competencia de otros lugares, como alimentos preparados de tiendas de comestibles y tiendas de conveniencia. En general, la tendencia a la disminución del tráfico peatonal continúa, y las compañías están buscando aumentar las ventas confiando en los clientes que gastan más por visita. Desde el cuarto trimestre de 2018, el aumento de las facturas de los clientes se ha acelerado, probablemente debido a que las compañías aumentan los precios de sus menús entre otros factores.

A medida que el tráfico peatonal disminuye, se espera que los domicilios, que representaron el 37% de las ventas de la industria de restaurantes en 2018, jueguen un papel importante. Los datos de ACSI muestran que, para el segmento de Restaurantes de Servicio Completo, los comensales que pidieron comida para llevar están mucho más satisfechos (**83**) que aquellos que cenan en el restaurante (**79**). Como tal, es probable que los espacios de catering y domicilios sean aún más competitivos. Recientemente, Amazon anunció que cerrará su servicio de comida a domicilio de restaurantes, mientras que otros proveedores

de entrega están experimentando un crecimiento, incluidos Uber Eats, DoorDash y Grubhub.

Impulsados por los millennials, tanto el gusto como la tecnología están evolucionando. La comida tiende a opciones más sanas, como hamburguesas de origen vegetal, abastecimiento local, alimentos frescos y cocinas étnicas. Los grandes operadores están invirtiendo en aplicaciones móviles, kioscos digitales, sistemas de pedidos de mesas y áreas dedicadas de recogida o carriles de paso para pedidos móviles. Independientemente de estos cambios, la satisfacción del cliente es de suma importancia para impulsar futuras ventas. Los datos de ACSI demuestran que cuanto más satisfechos están los clientes, más dispuestos están a aumentar el gasto en restaurantes en el próximo año.

Restaurantes de Servicio Completo

A medida que la industria de restaurantes en general continúa transformándose, desde ofertas de menú más saludables hasta tecnologías digitales, los Restaurantes de Servicio Completo mantienen una alta y estable satisfacción del cliente con un puntaje ACSI de **81**. Esta estabilidad sigue después de un gran salto en la satisfacción hace un año, cuando el puntaje de la industria aumentó 3.8% al responder a las cambiantes preferencias de los consumidores.

El líder incondicional *Texas Roadhouse* mantiene la posición número uno, estable en una puntuación alta de **83**. Según sus clientes, *Texas Roadhouse* ofrece un valor superior en comparación con otras cadenas de Servicio Completo. Mientras tanto, *Cracker Barrel* está cerrando la brecha con un aumento del 1%, llegando al segundo lugar con **82**. Con esta ganancia, la cadena se recupera de una caída del 4% en la satisfacción del cliente el año pasado. *Cracker Barrel*, conocido por su ambiente nostálgico, ha estado tratando de atraer a los millennials y sus esfuerzos pueden estar dando resultados en un área: las aplicaciones móviles de la cadena son las mejores en su clase por la calidad.

ACSI: Restaurantes de Servicio Completo

Empresa	2018	2019	Variación %
Restaurantes Servicio Completo	81	81	0,0%
Texas Roadhouse	83	83	0%
Cracker Barrel	81	82	1%
Otros	81	81	0%
LongHorn Steakhouse (Darden)	81	81	0%
Olive Garden (Darden)	80	79	-1%
Outback Steakhouse	79	79	0%
Red Robin	79	79	0%
Chili's	78	78	0%
Red Lobster	79	78	-1%
Ruby Tuesday	78	78	0%
TGI Fridays	79	78	-1%
Applebee's	78	77	-1%
Denny's	77	77	0%

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

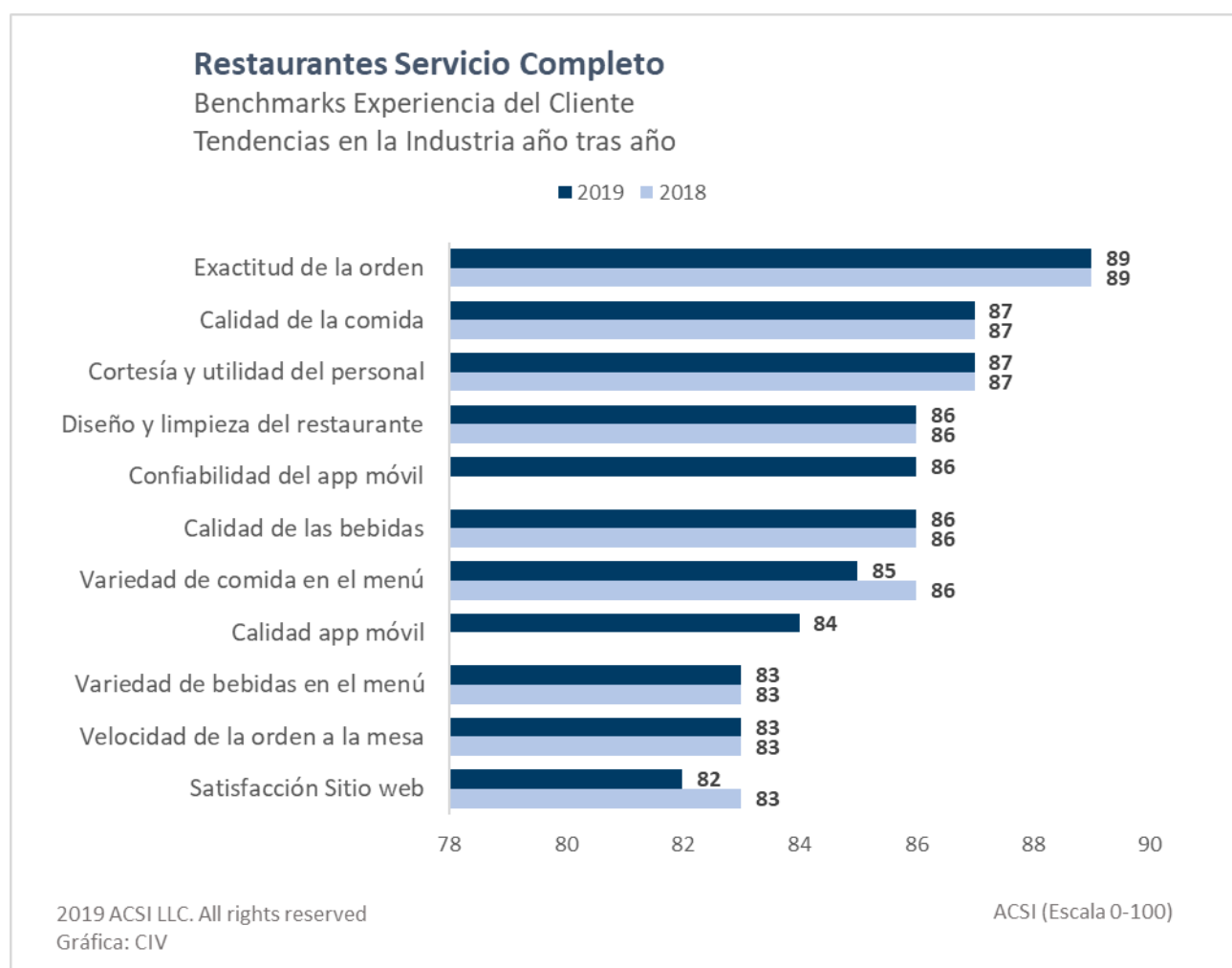
Al coincidir con el promedio de la industria, el gran grupo de cadenas de Servicio Completo más pequeñas exhibe una estabilidad con un puntaje de **81**. *LongHorn Steakhouse* también mantiene la satisfacción del cliente en **81**, superando a la marca hermana Olive Garden, que cae un 1% por debajo del promedio a **79**. La estabilidad para *LongHorn* continua con una gran ganancia el año pasado, lo que indica que la reorganización del menú sigue siendo un éxito. A diferencia de *Olive Garden* que se desliza por segundo año. En años anteriores, la cadena obtuvo buenos resultados con **80**, pero ahora coincide con su mínimo histórico. Durante el año pasado, Olive Garden recortó sus ofertas promocionales, y los datos de ACSI muestran que las percepciones de valor de los clientes también han disminuido.

Dos cadenas más coinciden con *Olive Garden* en **79**: *Outback Steakhouse* y *Red Robin*. Sólo dos hace años, *Red Robin* luchó con un bajo puntaje de ACSI de **73**. Después de hacer grandes progresos el año pasado, La satisfacción de los comensales no se mueve a medida que la compañía continúa renovando sus operaciones y cerrando tiendas de bajo rendimiento.

Cuatro empresas se encuentran en un punto muerto con **78** puntos: *Chili's*, *Red Lobster*, *Ruby Tuesday* y *TGI Fridays*. Para dos de estas

cadenas, *Red Lobster* y *Fridays*, esta puntuación representa una pequeña recesión. Dentro de este grupo de puntuación más baja, las aplicaciones móviles muestran un espacio para mejorar. *Ruby Tuesday* tiene la calificación más baja en cuanto a calidad móvil, mientras que la aplicación de *TGI Fridays* se considera menos confiable.

Sin embargo, la parte inferior de la industria pertenece a *Applebee's* (-1%) y *Denny's* (sin cambios) con puntajes de **77**. En reciente años, *Denny's* ha renovado los menús, remodelado las tiendas y mejorado la tecnología. Sin embargo, Los datos de ACSI muestran que *Denny's* se retrasa más en lo que respecta a la velocidad de servicio.



Hace un año, los Restaurantes de Servicio Completo mejoraron en casi todos los aspectos de la experiencia cliente. Este año, la industria

mantiene el terreno que ganó, conservando la mayoría de los elementos clave estables en puntajes superiores a **80**.

Para el segmento de Restaurantes de Servicio Completo, el puntaje de precisión de los pedidos de alimentos es el más alto, estable en un excelente nivel de **89**. En contraste, la velocidad de servicio a la mesa es relativamente baja **83**, lo que puede indicar que hay espacio para mejorar. El personal, sin embargo, sigue siendo servicial y cortés (**87**) y la calidad de la comida sigue siendo mucho más alta que hace dos años (**87** en comparación con **84** en 2017). La variedad en la comida, sin embargo, cae ligeramente a **85**. Con las preferencias de los consumidores cambiando rápidamente, puede ser un área donde los operadores de restaurantes puedan diferenciarse.

Medida por primera vez este año, las aplicaciones móviles tienen una buena calificación tanto en confiabilidad (**86**) como en calidad (**84**). A diferencia de otras industrias, las aplicaciones no se consideran entre las mejores partes de la experiencia del cliente. Sin embargo, las aplicaciones superan a los sitios web, con la satisfacción de estos últimos en **82**.

Restaurantes Servicio Limitado

La satisfacción del cliente con los Restaurantes de Servicio Limitado (comida rápida) disminuye un 1.3% a **79**, nuevamente por detrás del segmento de Restaurantes de Servicio Completo después de tener una breve ventaja hace dos años. En general, la experiencia del cliente de comida rápida muestra cierto deterioro a medida que los principales operadores se centran en las actualizaciones tecnológicas y del menú para satisfacer las preferencias cambiantes de los consumidores. Los clientes de comida rápida tienden a ser más sensibles a los precios, y la industria ve un debilitamiento en las percepciones de valor de los clientes.

Entre las empresas, la desaceleración de ACSI se limita a solo dos: el líder en satisfacción del cliente *Chick-fil-A* y el especialista en sándwiches *Subway*. Para *Chick-fil-A*, una caída del 1% a **86** disminuye su ventaja en un punto, pero la compañía sigue demostrando el dominio de la satisfacción del cliente. Con su fuerte satisfacción y los planes para continuar expandiéndose, el especialista en pollos podría representar una amenaza para los jugadores más grandes en la industria.

El grupo de establecimientos de comida rápida más pequeños ocupa el segundo lugar, estable con un puntaje combinado de **82**. *Panera Bread* ocupa el tercer lugar con **81** (sin cambios), continuando su ejecución como un jugador consistente de primer nivel. *Panera Bread* está redefiniendo su estrategia de desayuno, que podría agitar las cosas para las cadenas de puntaje más bajo que compiten en este mismo espacio.

Cuatro cadenas se agrupan en **80**. Entre ellas, dos fabricantes de pizzas están en un punto muerto, *Papá John's* y *Pizza Hut* (ambos sin cambios). Saliendo de una ronda de publicidad negativa, *Papa John's* ha estado trabajando para restaurar su reputación y la estabilidad de ACSI muestra que está soportando la tormenta. En el segmento de pizzas, la cadena aún está cara a cara con *Pizza Hut* por la mejor satisfacción. *Papa Johns* muestra una ventaja en el ámbito móvil, donde sus aplicaciones se clasifican como las mejores en cuanto a calidad.

Con un 1% de repuntes, tanto *Arby's* como *Chipotle Mexican Grill* también llegan a **80**, cambiando ligeramente de encontrarse debajo de la media a estar justo por encima en 2019. Si bien la puntuación ACSI de *Chipotle Mexican Grill* no ha regresado a su nivel más alto anterior a la crisis de seguridad alimentaria de la empresa, muestra una mejora gradual desde su caída en 2016. Del mismo modo, las ventas en la misma tienda de la empresa continúan creciendo, casi un 10% en el primer trimestre de 2019.

Las cadenas restantes están en el promedio de la industria o por debajo de este. En el frente de la pizza, *Domino's* es estable en **79** a pesar de los esfuerzos por transformarse en un líder tecnológico. *Little Caesars* sin inmutarse en **77**. Si bien la compañía es un líder en valor, los clientes sienten que su menú carece de variedad en comparación con otras pizzerías. Será interesante ver si la incursión de la cadena en productos basados en plantas, la pizza Impossible, aumentará la percepción de los clientes el próximo año.

ACSI: Restaurantes de Servicio Limitado (Comidas Rápidas)

Empresa	2018	2019	Variación %
Restaurantes Servicio Limitado	80	79	-1,3%
Chick-fil-A	87	86	-1%
Otros	82	82	0%
Panera Bread	81	81	0%
Arby's (Inspire Brands)	79	80	1%
Chipotle Mexican Grill	79	80	1%
Papa John's	80	80	0%
Pizza Hut (Yum! Brands)	80	80	0%
Domino's	79	79	0%
Starbucks	78	79	1%
Subway	80	79	-1%
Dunkin'	78	78	0%
KFC (Yum! Brands)	77	78	1%
Little Caesars	77	77	0%
Wendy's	77	77	0%
Burger King	76	76	0%
Sonic Drive-In (Inspire Brands)	NM	76	ND
Jack in the Box	74	75	1%
Taco Bell (Yum! Brands)	74	75	1%
McDonald's	69	69	0%

NM= No Medido

ND= No Disponible

2019 ACSI LLC. All rights reserved

ACSI (Escala 0-100)

Gráfica: CIV

El especialista en café *Starbucks* tiene un alza de 1% a **79**, rompiendo el empate del año pasado con *Dunkin'* (estable en **78**). El proveedor de sándwiches *Subway* (-1%) se desliza a **79**, con los cierres de tiendas aumentando a más de 1,100 el año pasado.

Los dos restaurantes de *Yum! Brands* muestran pequeñas ganancias del 1%: *KFC* (**78**) y *Taco Bell* (**75**). Las ganancias coinciden con la iniciativa de tres años de *Yum! Brands* para transformar las operaciones y hacer crecer sus marcas. A pesar de la mejora en ACSI, ambas cadenas se mantienen muy por detrás de sus rivales directos, con *Chick-fil-A* (**86**) ganando en restaurantes de pollo y *Chipotle Mexican Grill* (**80**) muy por delante en cocina mexicana.

Entre las cadenas de hamburguesas, *Wendy's* se mantiene firme con una puntuación ACSI de **77**, seguida de cerca por *Burger King* (sin

cambios en **76**). *Burger King* ha estado haciendo noticias con una prueba de su Impossible Whopper. Los resultados de ACSI del próximo año pueden mostrar si el producto a base de plantas será o no relevante para la satisfacción en el segmento de hamburguesas.

El recién llegado a ACSI *Sonic Drive-In* también obtuvo un puntaje de **76**. *Sonic*, recientemente adquirido por *Inspire Brands*, ofrece una variedad de bebidas exclusivas y, como es lógico, la empresa obtiene la máxima calificación en variedad de bebidas en el segmento de comida rápida. Justo debajo, *Jack in the Box* sube un 1% a **75**, arrastrando todos los rivales de hamburguesas menos uno: *McDonald's*. El gigante de las hamburguesas está modernizando las operaciones, agregando kioscos de auto-orden, tableros de menú digitales, y recogida en la acera para pedidos móviles. Hasta el momento, la satisfacción de los clientes no se ha movido a medida que *McDonald's* se estanca en el bajo puntaje de **69** por cuarto año consecutivo.

A diferencia de los Restaurantes de Servicio Completo, las cadenas de comida rápida están empeorando este año en casi todos los aspectos de la experiencia del cliente. De hecho, el único elemento que mejoró es la variedad de bebidas (**80**), que, junto con la variedad de alimentos (**80**), todavía se clasifica en el extremo inferior para la comida rápida.

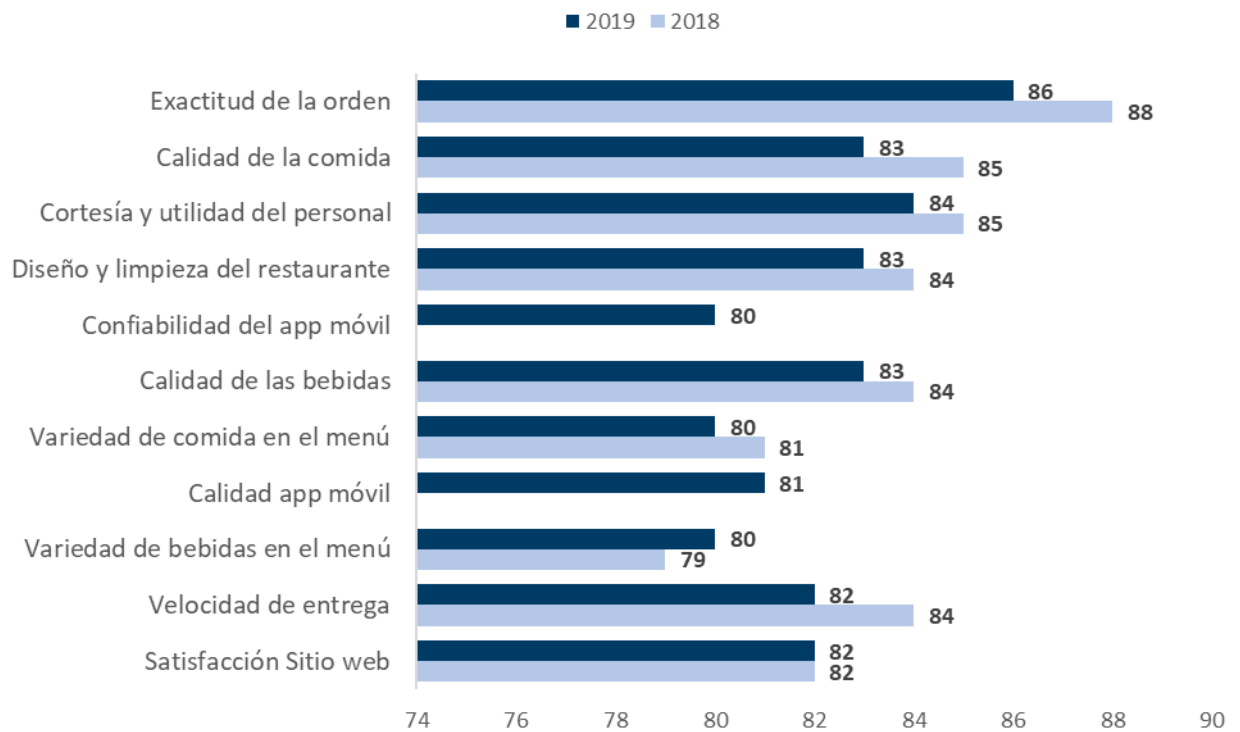
La precisión del pedido de alimentos ha disminuido a pesar de las inversiones en tecnología, con un deslizamiento del 2% a **86**. Asimismo, el personal es menos cortés (**84**) y la calidad de las bebidas y los alimentos ha disminuido (**83**). Puntos de comida rápida también han retrocedido cuando se trata del diseño y la limpieza (**83**).

La velocidad de servicio, que forma parte integral de la experiencia de comida rápida, retrocede 2% a **82**, un punto más bajo que los Restaurantes de Servicio Completo (**83**). El segmento de comida rápida también se retrasa en el espacio móvil con puntuaciones de **81** para la calidad de la aplicación móvil y **80** para la fiabilidad. A diferencia de muchas otras industrias, los sitios web de comida rápida (estables en **82**) brindan mayor experiencia que las aplicaciones de la industria.

Restaurantes Comidas Rápidas

Benchmarks Experiencia del Cliente

Tendencias en la Industria año tras año



2019 ACSI LLC. All rights reserved
Gráfica: CIV

ACSI (Escala 0-100)

Sobre este informe

El Reporte ACSI de Restaurantes 2018-2019 sobre cadenas de Restaurantes de Servicio Completo y de Servicio Limitado (comida rápida) se basa en entrevistas con 23,468 clientes, elegidos al azar y contactados por correo electrónico entre 5 de junio de 2018 y 27 de mayo de 2019. Se solicita a los clientes que evalúen sus experiencias recientes con los Restaurantes de Servicio Completo y de comida rápida más grandes en términos de participación de mercado, más una categoría agregada que consiste en "todos los demás", y por lo tanto más pequeños restaurantes en esas industrias.

Los datos de la encuesta se utilizan como entradas al modelo econométrico de causa y efecto de ACSI, que estima satisfacción del cliente como resultado de los datos de las expectativas y percepciones de los clientes, medidos en la encuesta. De la calidad, y las percepciones del valor. El modelo ACSI, a su vez, vincula la satisfacción del cliente con los resultados medidos de las quejas y la lealtad del cliente. Los clientes ACSI reciben confidencial Datos competitivos de la industria y los mejores en su clase sobre todas las variables modeladas y la experiencia del cliente puntos de referencia.

ACSI y su logotipo son marcas registradas de la Universidad de Michigan, licenciadas en todo el mundo exclusivamente para American Customer Satisfaction Index LLC con el derecho de sublicenciar.

No se puede hacer publicidad u otro uso promocional de los datos e información en este informe sin el consentimiento expreso previo por escrito de ACSI LLC.