



# Análisis de resultados

**Enero 2024**



QUALIMETRIE

# Contexto

Hasta finales de 2023, se ha llevado nuevamente un estudio centrado en la experiencia del cliente en el sector de librerías. Para ello, se utilizó el mismo cuestionario que se diseñó en la concepción de este estudio. El cual abarca los protocolos esenciales para proporcionar un servicio óptimo al cliente.

La metodología empleada en este estudio fue el mystery shopping, que consistió en realizar una visita misteriosa en una muestra representativa de 50 librerías. En esta ocasión la ola se llevó antes de la temporada navideña, con el fin de tener una fotografía de cómo es la experiencia cliente en el día a día.

Con este análisis se espera identificar tanto los puntos fuertes como aquellos aspectos susceptibles de mejora, e incluso aquellos que puedan no estar estandarizados debido a la diversidad de las tipologías de librerías involucradas.

# • Metodología y reglas de cálculo

La puntuación general y la puntuación por etapas son la suma de los puntos acumulados en el total máximo de puntos de las preguntas respondidas. Una pregunta no especificada o no ponderada no se incluye en los cálculos.

$$\text{Puntuación General} = \frac{\text{Suma de puntos acumulados}}{\text{Total de preguntas ponderadas y completadas}}$$

$$\text{Puntuación por etapas} = \frac{\text{Suma de puntos acumulados en una etapa}}{\text{Total de preguntas ponderadas y completadas en una etapa}}$$

*Los porcentajes en este informe se han redondeado, por lo que su suma no siempre es del 100%.*

## Umbral de resultados:

-  Dominio: Resultado > 85 pts.
-  Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.
-  Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.
-  Alerta: Resultado <= 60 pts.

# • Ponderación de las etapas del cuestionario

Score global 60 puntos = 100 puntos



**Llamada a la  
librería**

11,67%

(7 puntos)



**Escaparate**

6,67%

(4 puntos)



**Entrada**

15,00%

(9 puntos)



**Descubrimient**

o

15,00%

(9 puntos)



**Argumentación**

11,67%

(7 puntos)



**Cierre de venta**

3,33%

(2 puntos)



**Pase por caja**

23,33%

(14 puntos)



**Devolución**

13,33%

(8 puntos)

# • Estructura de la muestra de las visitas



50 visitas realizadas en 50 librerías



Duración media de la visita :  
**17,17 min en la librería**



Días de visitas:  
Lunes: 40%  
Martes: 2%  
Miércoles: 2%  
Jueves: 10%  
Viernes: 36%  
Sábados: 10%

## 50 librerías evaluadas en:



Provincias	Nº de librerías		
A Coruña	2	Huesca	2
Álava	1	Lugo	1
Albacete	1	Madrid	7
Alicante	1	Málaga	2
Almería	1	Navarra	3
Asturias	3	Ourense	1
Ávila	1	Pontevedra	1
Baleares	1	Salamanca	1
Burgos	1	Segovia	2
Cantabria	2	Sevilla	1
Castellón	2	Toledo	1
Ciudad Real	1	Valencia	3
Gipuzkoa	1	Valladolid	1
Granada	1	Vizcaya	3
Huelva	1	Zaragoza	2



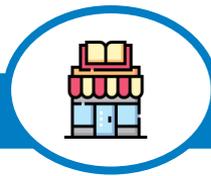
Ola 1: Del 5 de Noviembre al 15 de diciembre

# • Recorrido del cliente misterioso

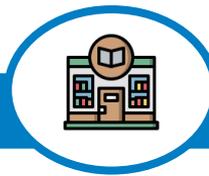
VISITA:



**Etapa 1: llamada a la librería**



**Etapa 2 Llegada a la librería**  
**Escaparate**



**Etapa 2 Búsqueda de libro**  
**Entrada**



**Etapa 3 Contacto con el dependiente**  
Amabilidad/ Asesoramiento /  
cierre de venta/



**Etapa 5 Devolución del libro**



**Etapa 4 Proceso de caja**  
Compra del libro/ Atención/



**Etapa 6 Impresión**  
Resultado de la experiencia en cada etapa

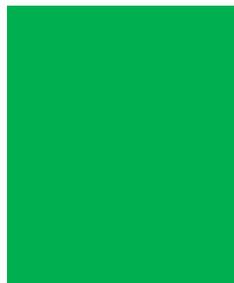
## • **SITUACIÓN ACTUAL**

- Nota global
- Resultados por etapas y criterios
- Puntos relevantes

# Resultados globales

Nota Global

71,0



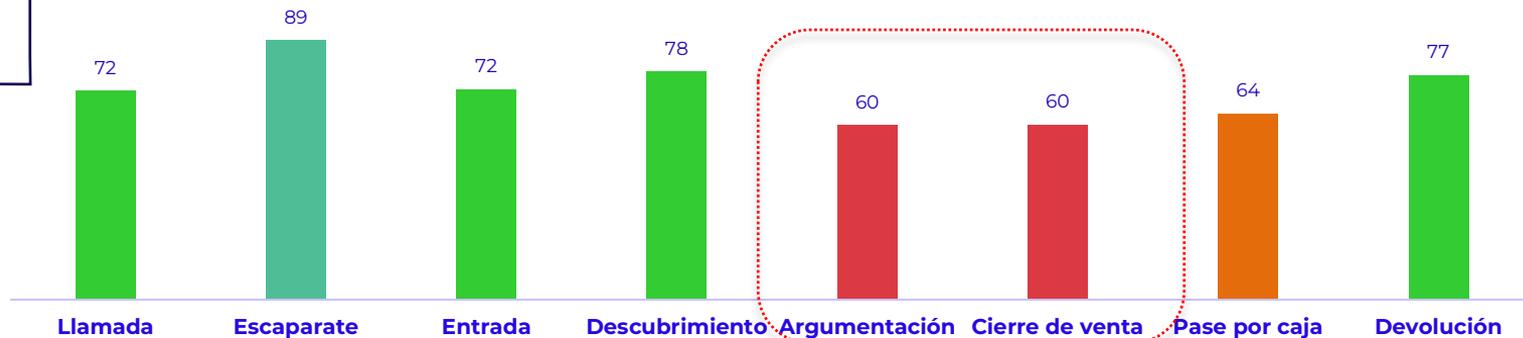
Global

-  Dominio: Resultado > 85 pts.
-  Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.
-  Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.
-  Alerta: Resultado <= 60 pts.

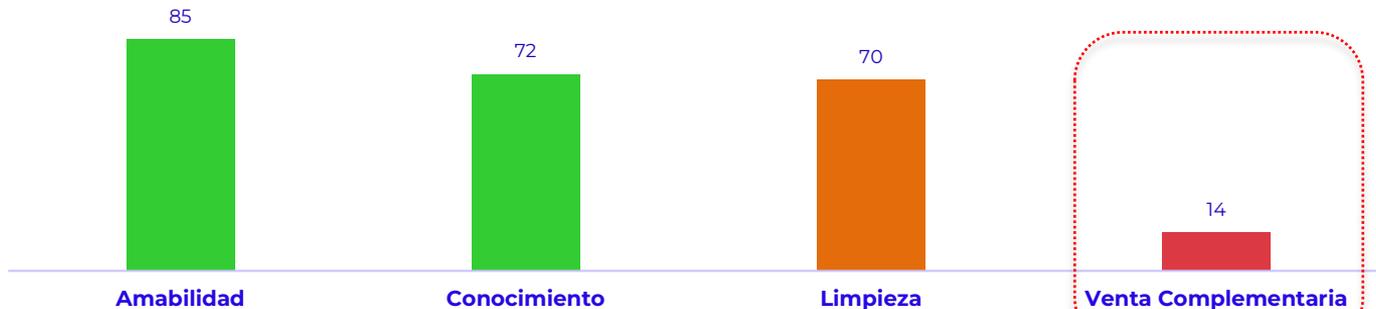


# Etapas y criterios

Etapas de la visita



Criterios



# Puntos relevantes por etapa

Llamada

NOTA  
GLOBAL

Global

71,7



Global

50 visitas

	<b>ETAPA LLAMADA</b>	<b>71,7</b>
<b>P.800</b>	Usted logra hablar con la librería en 3 o menos intentos.	<b>90</b>
<b>P.801</b>	Suenan menos de 5 tonos antes de descolgar la llamada.	<b>88</b>
<b>P.802</b>	Al descolgar, la persona se presenta: Con el nombre de la librería XX, Le atiende XXX, en qué puedo ayudarle.	<b>48</b>
<b>P.803</b>	La persona atiende y transmite sonrisa telefónica.	<b>66</b>
<b>p.804</b>	La persona le informa y resuelve su duda.	<b>96</b>
<b>P.805</b>	La persona le pregunta si puede ayudarle en algo más.	<b>38</b>
<b>P.806</b>	La persona se despide con GRACIAS + SALUDO.	<b>76</b>

Menos del 50% de librerías hacen una presentación completa al teléfono: Nombre de librería + nombre de la persona.

P.802.1 Al descolgar, la persona no se presenta, indique que falta:

Ausencia de Le atiende X 38%

Ausencia de En qué puedo ayudarle 36%

Ausencia de nombre de librería X 32%

# Puntos relevantes por etapa

Escaparate

NOTA  
GLOBAL

Global

89,0



Global

50 visitas

		50 visitas
	<b>ETAPA ESCAPARATE</b>	<b>89</b>
<b>P.100</b>	El escaparate de la librería está correctamente iluminado.	<b>94</b>
<b>P.101</b>	El escaparate de la librería está limpio (ausencia de motas de polvo, ausencia de trazas de dedos, ...)	<b>94</b>
<b>P.102</b>	Los productos expuestos en el escaparate están bien colocados; se ven claramente.	<b>96</b>
<b>P 102.1</b>	¿El escaparate está decorado?.	<b>72</b>

9 de cada 10 librerías evaluadas tienen los escaparates en el umbral de dominio

# Puntos relevantes por etapa

Entrada

72,0



Global

NOTA  
GLOBAL

Global

50 visitas

	<b>ETAPA ENTRADA</b>	<b>72</b>
<b>200</b>	La entrada a la librería está limpia y despejada.	<b>94</b>
<b>201</b>	El ambiente de la librería es agradable (temperatura, iluminación correctas).	<b>100</b>
<b>202</b>	El ruido y el sonido ambiente de la librería es correcto (música a volumen adecuado, ausencia de ruidos molestos,...).	<b>96</b>
<b>203</b>	El horario de la librería es claramente visible.	<b>72</b>
<b>205</b>	La organización, disposición de la librería es sencilla y clara. Usted sabe orientarse.	<b>78</b>
<b>205.1</b>	Presencia de precios.	<b>66</b>
<b>205.2</b>	¿Hay algún cartel donde se haga referencia que esa librería pertenece a CEGAL u otra asociación profesional?	<b>28</b>
<b>205.3</b>	Al entrar se percibe alguna promoción en la librería.	<b>26</b>
<b>206</b>	Los pasillos, las mesas, las estanterías están limpios y con los libros bien colocados.	<b>90</b>

Casi el 70% de las librerías evaluadas, se percibe carteles de CEGAL y alguna promoción.

# Puntos relevantes por etapa

Descubrimiento

78,0



Global

NOTA  
GLOBAL

Global

50 visitas

	ETAPA DESCUBRIMIENTO	
		78
301	El personal de la librería presentan un buen aspecto (uniforme o vestimenta limpia, aspecto aseado, manos limpias, mascarilla puesta en todo momento).	94
302	Disponibilidad de vendedores en la librería.	82
304	Al menos una persona del equipo de la librería se dirige a usted de manera proactiva para preguntarle si puede ayudarlo (sin que usted se acerque a él antes).	44
305	En caso de estar todos los vendedores atendiendo, al menos uno de ellos le hace gesto o le dice que le atenderá en breve.	48
306	La persona que le atiende le SALUDA + MIRADA + SONRISA.	86
307	La persona que le atiende utiliza un tono amable y educado.	100
308	La persona escucha lo que usted busca, centrandó su atención en usted y en lo que le dice.	100
309	La persona le hace preguntas para personalizar al máximo su propuesta.	74

- A nivel global solo un 44% de los empleados se dirige de forma proactiva al cliente y en el caso de que el empleado se encuentre ocupado, solo un 48% hace un gesto o le dice al cliente que en breve será atendido
- El 100% de las visitas los empleados evaluados han atendido con un tono amable.

# Puntos relevantes por etapa

Argumentación

60,0



Global

NOTA  
GLOBAL

Global

50 visitas

	<b>ETAPA ARGUMENTACIÓN</b>	<b>60</b>
<b>400</b>	La persona le propone al menos 2 títulos para dar respuesta a su pregunta.	<b>86</b>
<b>401</b>	La persona le explica el argumento de cada una de sus propuestas.	<b>60</b>
<b>402</b>	La persona le explica el por qué de su recomendación.	<b>68</b>
<b>403</b>	La persona muestra su conocimiento literario en la conversación (hablándole del autor, del libro, de las temáticas, de las novedades, etc.).	<b>72</b>
<b>404</b>	La persona comprueba que el libro que usted se lleva está en buen estado y con el precio correctamente etiquetado.	<b>72</b>
<b>405</b>	La persona le propone completar su primera propuesta con algún otro producto (venta complementaria).	<b>14</b>
<b>406</b>	La persona le menciona la posibilidad de devolución, reembolso en su argumentación.	<b>46</b>

- La venta complementaria apenas se cumple un 14% a nivel global.
- Menos de la mitad de las librerías mencionan la posibilidad de devolución

# Puntos relevantes por etapa

Cierre de venta

NOTA  
GLOBAL

Global

60,0



Global

50 visitas

	<b>ETAPA CIERRE DE VENTA</b>	<b>60</b>
<b>500</b>	La persona le pregunta si necesita su ayuda en algo más.	<b>38</b>
<b>501</b>	La persona le indica dónde pagar el libro o le cobra ella misma.	<b>82</b>

En la interacción con el vendedor, un 38% indica al cliente si necesita su ayuda en algo más, dan por sentado que su ayuda a terminado

# Puntos relevantes por etapa

Pase por caja

64,0



Global

NOTA GLOBAL

Global

50 visitas

	ETAPA PASE POR CAJA	
		<b>64</b>
<b>600</b>	El tiempo de espera desde que llega a la caja hasta que le atienden es inferior a 5 minutos.	<b>96</b>
<b>601</b>	El mostrador de caja está limpio y despejado.	<b>92</b>
<b>604</b>	La persona de caja SALUDA con un "Buenos días / Buenas tardes" + MIRADA + SONRISA.	<b>82</b>
<b>605</b>	La persona de caja le pregunta si es para regalo.	<b>80</b>
<b>606</b>	La persona de caja le pregunta si quiere ticket regalo.	<b>50</b>
<b>607</b>	La persona de caja le prepara su compra para regalo.	<b>91</b>
<b>608</b>	La persona de caja le pregunta si va a pagar en efectivo o con tarjeta.	<b>74</b>
<b>608.1</b>	Le pregunta si tiene ficha cliente.	<b>16</b>
<b>608.2</b>	La persona de caja le pone al día de las ventajas que tiene al tener una ficha cliente.	<b>8</b>
<b>608.3</b>	La persona en la caja le ofrece productos gancho o información complementaria sobre productos o servicios.	<b>4</b>
<b>609</b>	La persona de caja le cobra correctamente.	<b>100</b>
<b>610</b>	La persona de caja le pregunta si quiere el resguardo de la tarjeta o el ticket en papel o la opción de enviar la factura por mail.	<b>30</b>
<b>611</b>	La persona de caja le ha atendido de manera correcta, rápida y amable.	<b>98</b>
<b>612</b>	La persona de caja se despide de usted con GRACIAS, ADIÓS (o fórmula amable) + MIRADA + SONRISA.	<b>86</b>

La amabilidad y la rapidez son puntos fuertes en el pase por caja, sin embargo, todo lo que tiene que ver con la fidelización del cliente en este punto, es casi inexistente. ¿Existe registros de clientes o plan de fidelización como por ejemplo tarjetas de puntos?

# Puntos relevantes por etapa

Devolución

77,0



Global

NOTA  
GLOBAL

Global

50 visitas

	ETAPA DEVOLUCION	
		77
700	La persona le recibe con SALUDO + MIRADA + SONRISA.	88
701	Usted puede devolver su compra sin ningún impedimento.	94
702	La persona le pregunta el motivo de la devolución.	52
703	La persona le atiende con amabilidad en todo momento.	92
704	La persona comprueba el estado del producto antes de proceder a la devolución.	82
705	La persona le devuelve el importe de su compra en el mismo modo de pago que usted realizó (abono en tarjeta o en efectivo).	44
705.1	¿La política de cambios en la librería es clara?	72
706	La persona se despide de usted con SALUDO CORDIAL + MIRADA + SONRISA.	92

La política de devolución no es homogénea en las librerías evaluadas y un 72% de los clientes la encuentra clara.

# Puntos fuertes del protocolo

## Llamada

800- Usted logra hablar con la librería en 3 o menos intentos. **90**

804- Persona le informa y resuelve su duda. **96**



## Entrada

201- El ambiente de la librería es agradable (temperatura, iluminaciones correctas). **100**

100- El escaparate de la librería está correctamente iluminado. **100**

101- El escaparate de la librería está limpio (ausencia de motas de polvo, ausencia de trazas de dedos, ...). **92**

102- Los productos expuestos en el escaparate están bien colocados; se ven claramente. **90**



## Descubrimiento

301- El personal de la librería presentan un buen aspecto. **94**

307- La persona que le atiende utiliza un tono amable y educado. **100**

308- La persona escucha lo que usted busca, centrando su atención en usted y en lo que le dice. **100**



# Puntos fuertes del protocolo

## Pase por caja

600- El tiempo de espera desde que llega a la caja hasta que le atienden es inferior a 5 minutos. **96**

601- El mostrador de caja está limpio y despejado. **92**

607- La persona de caja le prepara su compra para regalo. **91**

609- La persona de caja le cobra correctamente. **100**

611- La persona de caja le ha atendido de manera correcta, rápida y amable. **98**



## Devolución

701- Usted puede devolver su compra sin ningún impedimento. **94**

703- La persona le atiende con amabilidad en todo momento. **92**

706- La persona se despide de usted con SALUDO CORDIAL + MIRADA + SONRISA. **92**



# Puntos débiles del protocolo

## Llamada

802- Al descolgar, la persona se presenta: Con el nombre de la librería XX, Le atiende XXX, en qué puedo ayudarle. **48**

805- La persona le pregunta si puede ayudarle en algo más.. **38**



## Entrada

205.2- ¿Hay algún cartel donde se haga referencia que esa librería pertenece a CEGAL u otra asociación profesional?. **28**

205.3- Al entrar se percibe alguna promoción en la librería. **26**



## Descubrimiento

304- Al menos una persona del equipo de la librería se dirige a usted de manera proactiva para preguntarle si puede ayudarle (sin que usted se acerque a él antes). **44**

305- En caso de estar todos los vendedores atendiendo, al menos uno de ellos le hace gesto o le dice que le atenderá en breve. **48**



# Puntos débiles del protocolo

## Argumentación

405- La persona le propone completar su primera propuesta con algún otro producto (venta complementaria). **14**

406- La persona le menciona la posibilidad de devolución, reembolso en su argumentación. **46**



## Cierre de venta

500- La persona le pregunta si necesita su ayuda en algo más **38**



## Pase por caja

606- La persona de caja le pregunta si quiere ticket regalo. **50**

608.1- Le pregunta si tiene ficha cliente. **16**

608.3- La persona en la caja le ofrece productos gancho o información complementaria sobre productos o servicios. **4**

610- La persona de caja le pregunta si quiere el resguardo de la tarjeta o el ticket en papel o la opción de enviar la factura por mail. **30**



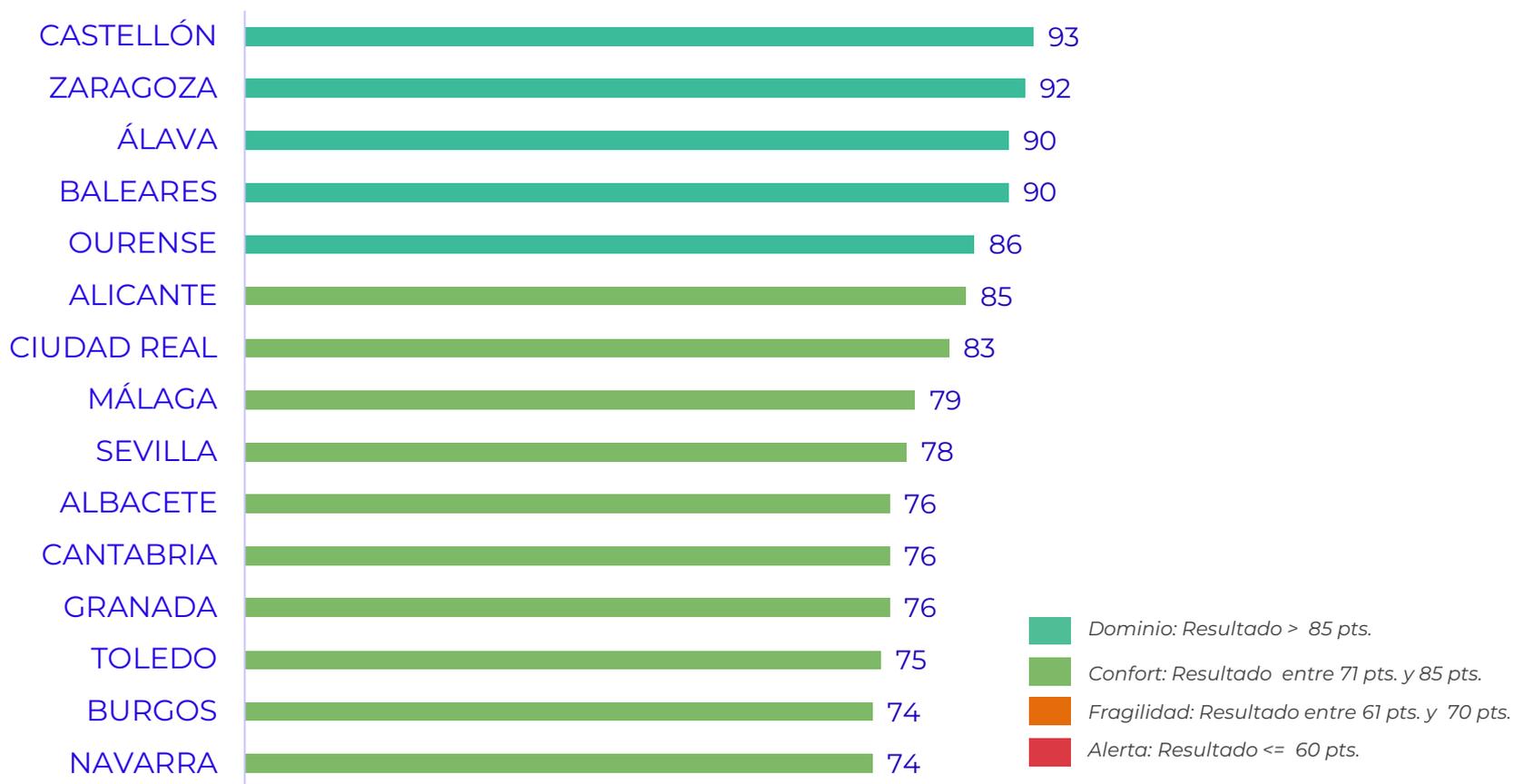
## Devolución

702- La persona le pregunta el motivo de la devolución. **52**

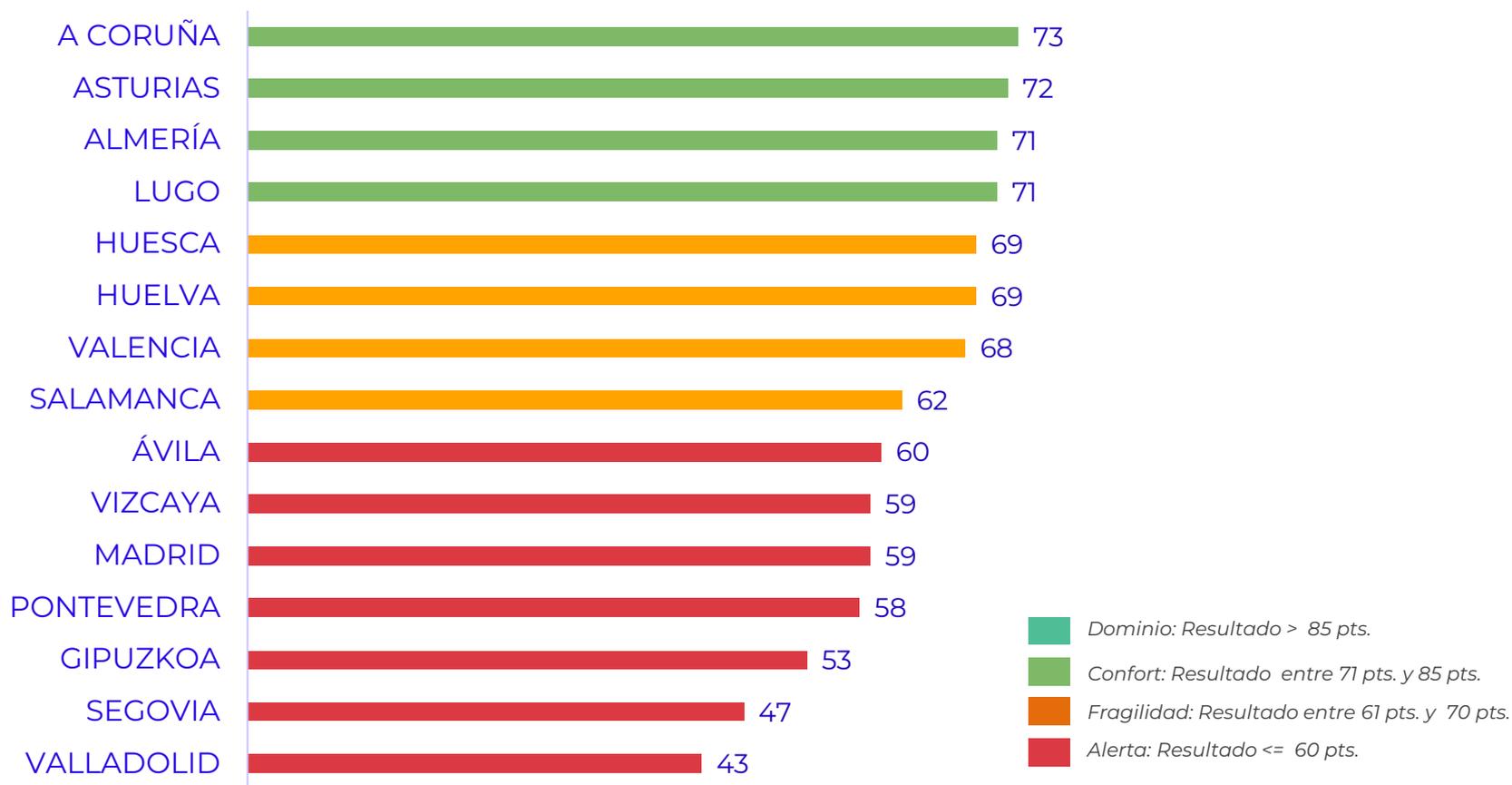
705- La persona le devuelve el importe de su compra en el mismo modo de pago que usted realizó (abono en tarjeta o en efectivo). **44**



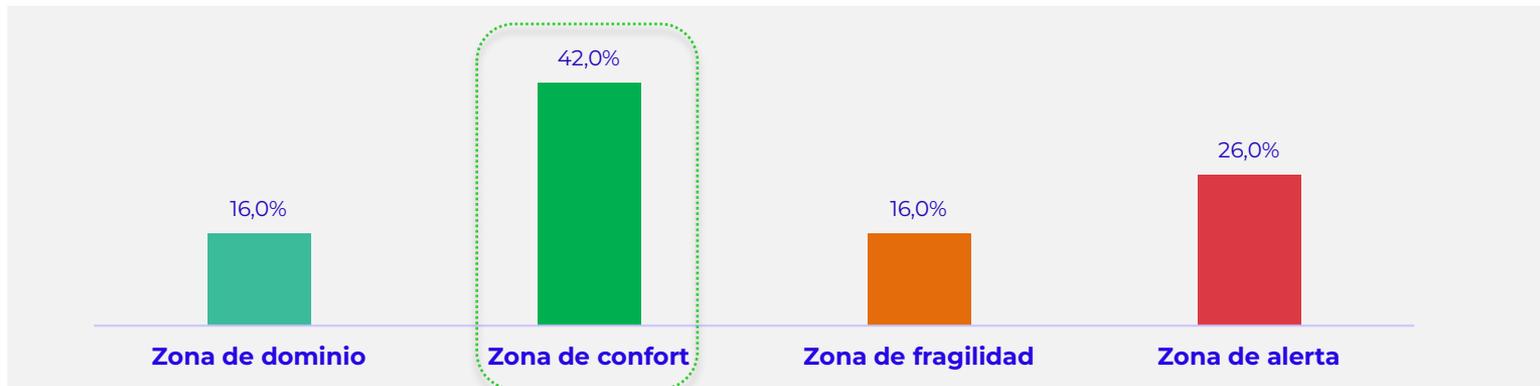
# Resultados globales localidades



# Resultados globales localidades



# Resultados umbrales



-  Dominio: Resultado > 85 pts.
-  Confort: Resultado entre 71 pts. y 85 pts.
-  Fragilidad: Resultado entre 61 pts. y 70 pts.
-  Alerta: Resultado <= 60 pts.

## • **EXPERIENCIA CLIENTE**

- NPS
- Voz del cliente
- Conclusiones

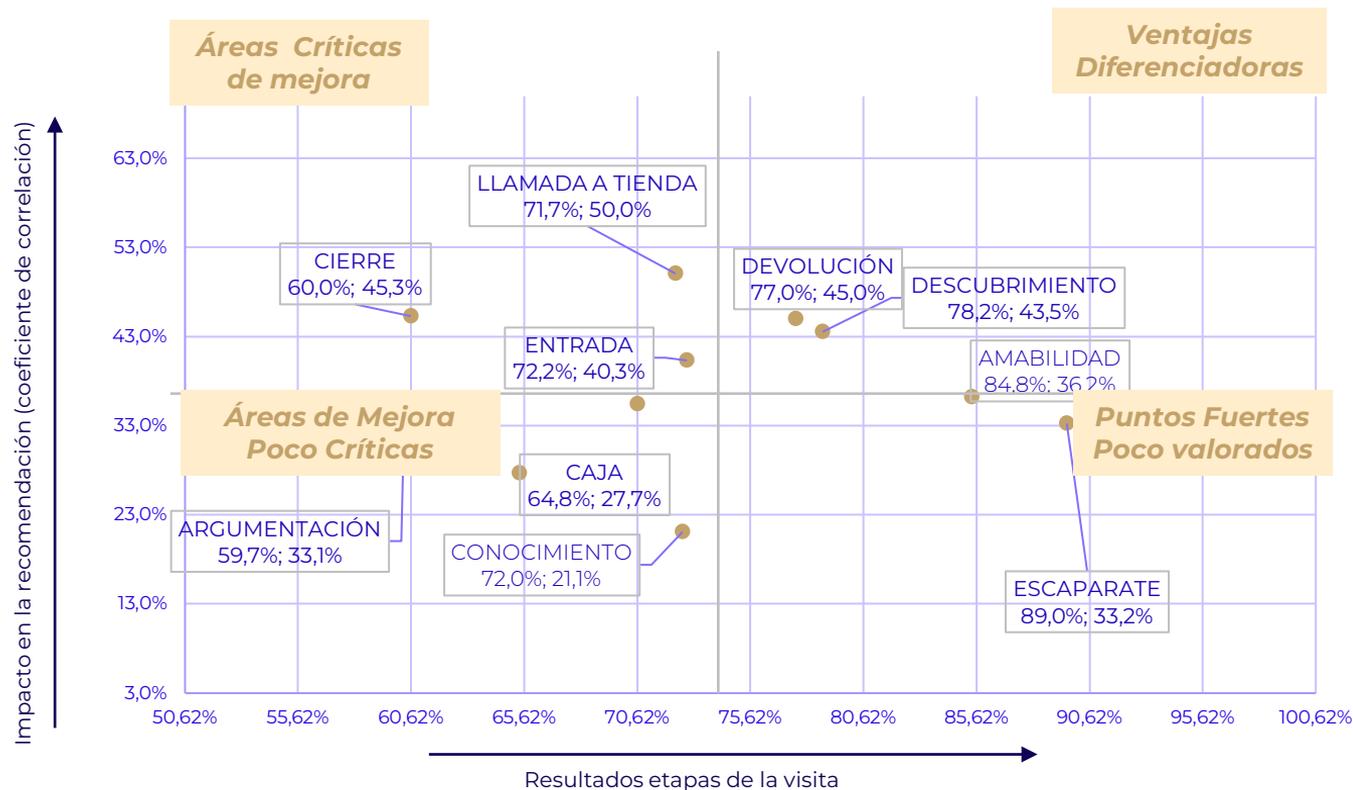
*¿Del 0 al 10, ¿en qué medida recomendaría usted esta librería a su entorno familiar y amigos?*



**Net Promotor Score**

**= + 8**

# Impacto en la recomendación del cliente



# Voz del cliente

¿Por qué recomendaría esta librería?

*“Atención profesional y amable por parte del personal con el que interactué, muestra conocimientos sobre el mundo de la lectura y sabe lo que vende y que recomendar. Actitud correcta en la venta, sin duda por la atención recibida recomiendo a amigos y familiares su visita, de hecho, volveré.”*

*“Me ha encantado estar en esta librería, no soy de la zona y no la conocía. Las personas que me han atendido han sido muy amables y han sabido atenderme satisfactoriamente. Sin duda la recomendaría.”*

*“La persona que atendió mi llamada se mostró muy agradable, tanto en su saludo inicial como durante el transcurso de toda nuestra conversación. Tras preguntar si disponían en stock del libro Maldita Roma del autor Santiago Posteguillo, la persona que me atendió me respondió e informó que donde yo estaba llamando se trataba de una librería únicamente dedicada a un público infantil y que el libro por el que yo preguntaba era para adultos, pero de un modo muy atento, me recomendó un par de librerías de la propia ciudad donde yo podría encontrar y comprar el libro solicitado. Antes de finalizar la llamada, la persona que me atendió se interesó en saber si podía ayudarme en alguna otra cosa y tras darme las gracias por mi llamada, se despidió muy amablemente. He de reconocer que, en tienda, el trato ha sido igual de agradable, tanto en la compra como en devolución. Recomendaría sin duda esta librería.”*

## Promotores



9 10

Comentarios codificados en base a clientes que dieron una nota entre 9 y 10 (26 visitas)



# Voz del cliente

¿Por qué no recomendaría esta librería?

Detractores



Comentarios codificados en base a clientes que dieron una nota en menor a 7 (5 visitas)

cegal  
librerías  
de españa

*“Tanto en la llamada como en la visita, el trato es frío y distante, apenas conectan con el cliente. Son correctos, pero no empáticos, esa conexión necesaria no existe, no se involucran con el cliente. Solo hacen su trabajo nada más.”*

*“La primera vez que llamé no me cogieron el teléfono, a la segunda me lo cogieron sin presentarse, sin indicar donde estaba llamando. El trato en tienda ha sido del todo neutral, sin apego, sin simpatía, solo trabajo mecanizado.”*

*“Fue bastante cortante su tono y la conversación, pero me ha dicho que tienen el libro por el cual pregunté. No se presentó ni con el nombre de él ni con el nombre de la librería y al finalizar mi consulta tampoco me ha preguntado si necesitaba algo más. Me daba la sensación de que me quería cortar rápidamente.”*

Falta de empatía de los empleados 33%

Falta de asesoramiento 19%

Falta de contacto con el empleado 17%

Poca variedad 11%

Sensación de falta de orden 11%

Falta de rapidez al telefono 8%

# Conclusiones

## 1. Resultados Acumulados:

Con una puntuación global de 71 puntos, la experiencia del cliente se sitúa en la "zona de confort". Aunque refleja un nivel satisfactorio, existe margen para mejoras continuas.

## 2. Comparación por Olas:

Aunque la comparación con el primer estudio es limitada debido a las diferencias temporales, los resultados globales han experimentado una disminución de -3,5 puntos. Se plantea la interrogante sobre las posibles causas de esta variación, especialmente en momentos de alta demanda. ¿Por qué se logra un cumplimiento más eficiente de los básicos en estos períodos punta?

## 3. Resultados por Etapas:

Las etapas de "Argumentación" y "Cierre de Venta" muestran las calificaciones más bajas, obteniendo 60 puntos y colocándose en la zona de alerta. La revisión detallada de los ítems evaluados en relación con el protocolo de ventas es esencial para identificar y abordar áreas de mejora específicas.

## 4. Umbrales de Notas:

Entre las 50 librerías evaluadas, el 42% se encuentra en la "zona de confort", mientras que el 26% está en la "zona de alerta". Este análisis destaca la necesidad de una atención focalizada en las áreas que requieren mejoras urgentes.

# Conclusiones

## 5. Experiencia del Cliente:

A pesar de un NPS global de +8, es crucial destacar que la tasa de embajadores es igual a la de clientes neutros (36%). Esto sugiere que, aunque se cumplen aspectos básicos, los clientes no viven una experiencia verdaderamente memorable.

Se identifican elementos clave que impactan positivamente en la recomendación de los clientes promotores: amabilidad, asesoramiento y conocimiento. En contraste, la falta de empatía, asesoramiento deficiente y falta de contacto con el cliente son factores que contribuyen a una experiencia negativa.

## 6. Sugerencias:

Realizar un análisis detallado de las interacciones específicas que condujeron a las puntuaciones bajas en las etapas críticas mencionadas.

Implementar programas de formación adicional para el personal en las áreas identificadas como problemáticas.

Establecer indicadores específicos de experiencia del cliente para cada librería, incorporando un programa de voz del cliente para detectar posibles áreas de mejora



**QUALIMETRIE**

**GRACIAS**

