Unidad de Calidad

INFORME ENCUESTA DE CAFETERÍA 2025/2026

TABLA DE CONTENIDO

1. ENCUESTA Y UNIVERSO 3

PARTICIPACIÓN: COMPARACIÓN DATOS AÑO ANTERIOR 3

2. CONCLUSIONES 5

3. DATOS DESCRIPTIVOS 7

- *Número total de respuestas ofrecidas por los usuarios, para cada una de las preguntas de la encuesta: 7*
- *Porcentajes de las respuestas ofrecidas por los usuarios: 8*
- *Aspectos mejor valorados por los usuarios: 9*

4. PREGUNTAS 10

Pregunta 1: "La calidad de los productos". 10
Pregunta 3: "La variedad de los menús semanales (de una semana a otra)" 12
Pregunta 4: "La variedad de los productos veganos, vegetarianos y menús para intolerancias y/o alergias." 13
Pregunta 5: "La variedad de opciones de guarnición de los segundos platos". 14
Pregunta 6: "La cantidad de comida en el menú". 15
Pregunta 7: "La relación calidad/precio del café en la cafetería" 16
Pregunta 8: "La relación calidad/precio de los productos de la cafetería". 17
Pregunta 9: "La rapidez y agilidad de la atención en la barra". 18
Pregunta 10: "La rapidez y agilidad del autoservicio" 19
Pregunta 11: "La relación calidad-precio de los servicios". 20
Pregunta 12: "En cuanto a la atención que le ofrecieron, valora la atención de sus solicitudes" 21
Pregunta 13: "Ante alguna dificultad, queja o reclamación, la rapidez y eficacia de su resolución". 22
Pregunta 15: "El mobiliario y electrodomésticos de la cafetería". 24
Pregunta 16: "Si es usuario de otras cafeterías del Campus ¿Cuál es su valoración global en comparación con las cafeterías de otros Centros?". 25

5. EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN 26

6. CONCLUSIONES 27

7. OBSERVACIONES 27

- *Análisis de comentarios abiertos: Solicitudes mayoritarias 28*

Productos y platos 29
Servicio 39
Instalaciones, mobiliario y equipamiento 40
Otros 40

1. ENCUESTA Y UNIVERSO

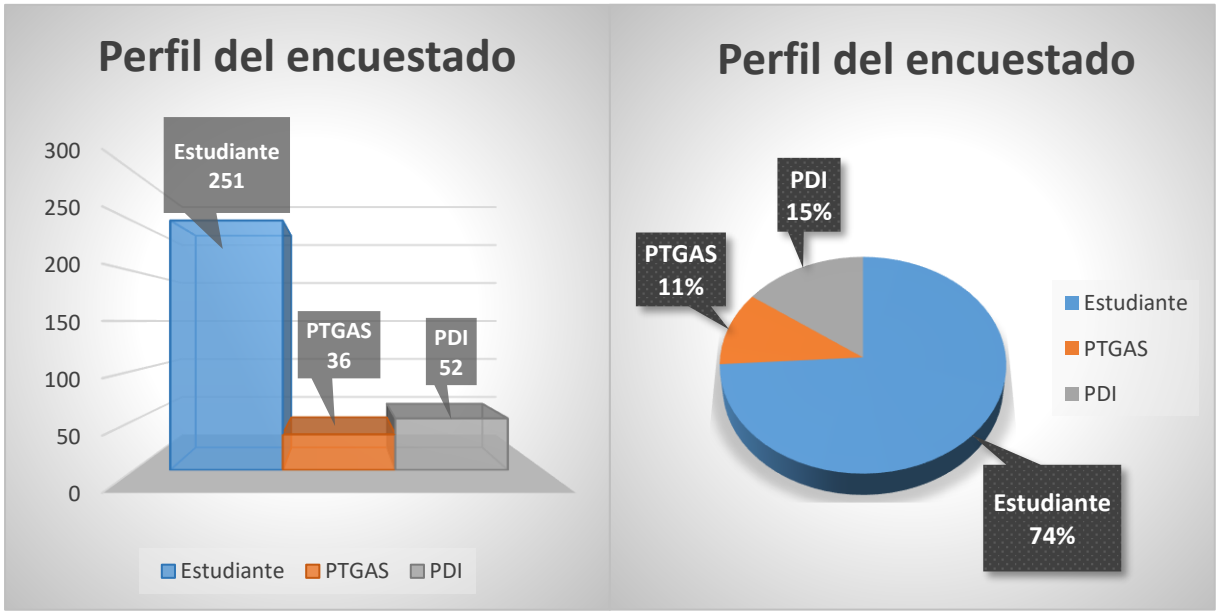
La Escuela Técnica Superior de Ingeniería Aeronáutica y del Espacio (ETSIAE), a través de su Unidad de Calidad, ha puesto en marcha una encuesta para evaluar el servicio de cafetería. La nueva empresa adjudicataria, **Grap Hostelería, S.L**., asumió la gestión del servicio a principios de marzo de 2026, sustituyendo a la anterior concesionaria, Axial Multiservicios, S.L.

Con el objetivo de conocer el grado de satisfacción de los usuarios e identificar posibles áreas de mejora, entre los días 5 y 22 de mayo de 2026 se realizó una encuesta dirigida a toda la comunidad universitaria.

En ella pudieron participar los estudiantes, el Personal Docente e Investigador (PDI) y el Personal Técnico, de Gestión, Administración y Servicios (PTGAS) de la ETSIAE, a través de un enlace disponible en la página web de la Escuela. Asimismo, la encuesta fue difundida por correo electrónico y a través de las redes sociales X e Instagram.

El cuestionario, compuesto por 16 preguntas, abordó distintos aspectos relacionados con el servicio de cafetería, entre ellos la calidad y variedad de los productos ofrecidos, el mobiliario y las instalaciones, así como la atención prestada por el personal. Además, al final de la encuesta se habilitó un espacio para que los participantes pudieran aportar comentarios, sugerencias de mejora y observaciones adicionales.

Participación: comparación datos año anterior



En la encuesta sobre el servicio de cafetería han participado un total de **339 personas**. De ellas, **251 pertenecen al colectivo de estudiantes** de la ETSIAE (frente a 192 en 2025), **52 forman parte del Personal Docente e Investigador** (PDI) (70 en 2025) y **36 del Personal Técnico, de Gestión, Administración y Servicios** (PTGAS) (52 en 2025). En términos porcentuales, los estudiantes representan el 74,0 % de los encuestados, el PDI el 15,3 % y el PTGAS el 10,6 %.

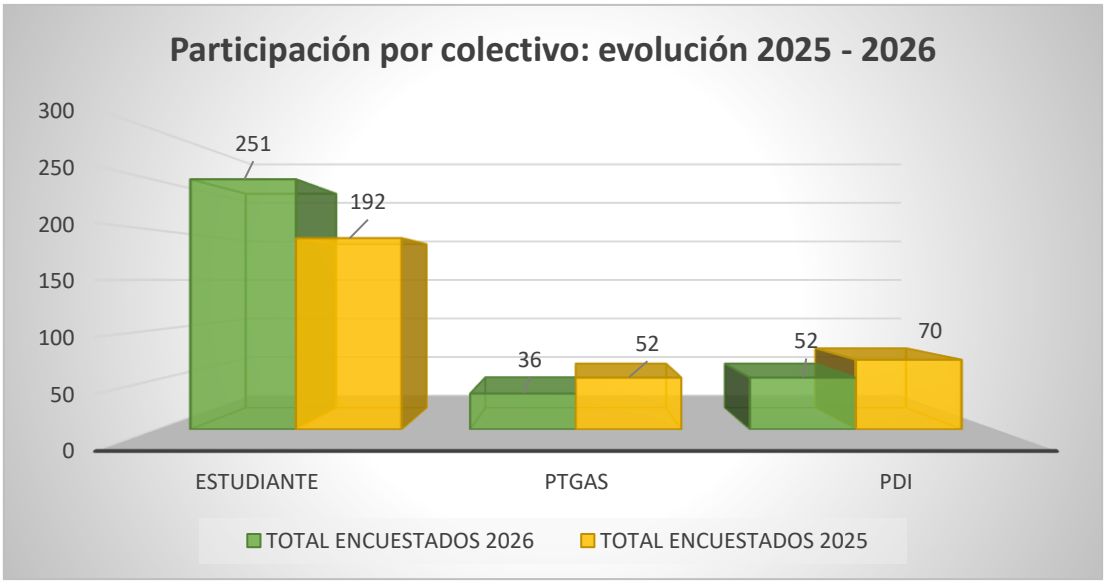
El universo de referencia de la encuesta está constituido por **4.051 personas**: **3.667 estudiantes, 269 miembros del PDI y 115 integrantes del PTGAS**. En consecuencia, la participación global alcanza el **8,37 % del total de la comunidad universitaria**. Por colectivos, han participado el 6,84 % de los estudiantes, el 19,33 % del PDI y el 31,30 % del PTGAS.

Aunque los estudiantes constituyen el grupo más numeroso entre los encuestados, la tasa de participación relativa dentro de cada colectivo muestra que el PTGAS es el grupo que más se ha implicado en la encuesta, seguido por el PDI y, finalmente, por los estudiantes.

En comparación con la última edición de la encuesta, realizada en 2025, **la participación total ha aumentado un 7,96 %**, al pasar de 314 a 339 respuestas.

Este incremento se explica exclusivamente por la mayor participación del colectivo estudiantil, que registró un **aumento del 30,7 %** respecto al año anterior y pasó de representar el 61 % al 74 % del total de respuestas.

Por el contrario, **tanto el PDI como el PTGAS** experimentaron una disminución en su participación, con **descensos del 25,7 % y del 30,8 %**, respectivamente.



2. CONCLUSIONES

El análisis de los resultados de la encuesta correspondiente al curso académico 2025-2026 se ha realizado desde una perspectiva comparativa con los obtenidos en la última encuesta disponible. La sustitución de la empresa adjudicataria del servicio, pasando de Axial Multiservicios S.L. a **Grap Hostelería S.L.**, permite establecer comparaciones con los resultados de cursos anteriores y valorar la evolución de la percepción de los usuarios.

Tras el análisis de las respuestas obtenidas en las 16 preguntas que integran la encuesta de cafetería 2025-2026, se extraen las siguientes conclusiones:

- La participación continúa siendo reducida, ya que las respuestas recibidas representan únicamente el **8,37 % del universo encuestado**. No obstante, en términos absolutos, destaca el incremento de la participación del alumnado, mientras que se observa una tendencia descendente en la participación del PTGAS y del PDI.

- Con carácter general, la **valoración positiva del servicio de cafetería ha mejorado** respecto a años anteriores. El **39,38 %** de las respuestas califican el servicio como «Muy bueno» (15,32 %) o «Bueno» (24,06 %).

- Las valoraciones negativas («Muy malo» y «Malo») representan el 22,01 % del total de respuestas.

- Los tres aspectos que obtienen una mejor valoración global, considerando conjuntamente las respuestas «**Muy bueno**» y «**Bueno**», son:

    1. La rapidez y agilidad de la atención en barra.

    2. El estado de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza.

    3. La atención prestada por el personal a las solicitudes de los usuarios.

- Si se consideran exclusivamente las respuestas «**Muy bueno**», los aspectos mejor valorados son:

    1. La atención prestada por el personal a las solicitudes de los usuarios.

    2. La rapidez y agilidad de la atención en barra.

    3. La rapidez y agilidad del autoservicio.

    4. El estado de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza.

- Los resultados ponen de manifiesto que **la atención ofrecida por el personal** constituye el aspecto mejor valorado del servicio de cafetería.
- Los aspectos que presentan una valoración más desfavorable, atendiendo al mayor número de respuestas «**Muy malo**» y «**Malo**», son:
    1. La relación calidad-precio de los productos de cafetería.
    2. La relación calidad-precio del café.
    3. La valoración comparativa de las cafeterías del centro respecto a las de otros centros del campus.
- Considerando únicamente las respuestas «**Muy malo**», los aspectos peor valorados son:
    1. La relación calidad-precio de los productos de cafetería.
    2. La relación calidad-precio del café.
    3. El estado del mobiliario y de los electrodomésticos de la cafetería.
- De forma general, los resultados muestran que el alumnado es el colectivo más exigente en relación con el servicio de cafetería.
- Entre las observaciones más reiteradas por los usuarios destacan la subida generalizada de los precios, la calidad y variedad de los productos ofertados, la necesidad de mejorar las instalaciones, la ampliación de las opciones de menús saludables y la revisión de los horarios de servicio.
- A partir de los comentarios recopilados, se han identificado las siguientes recomendaciones de mejora:
    - Revisar los precios de los productos de consumo habitual.
    - Ampliar la oferta de opciones saludables, vegetarianas y adaptadas a personas con intolerancias alimentarias.
    - Mantener los actuales estándares de atención al usuario.
    - Renovar y actualizar el equipamiento y el mobiliario de la cafetería.

3. DATOS DESCRIPTIVOS

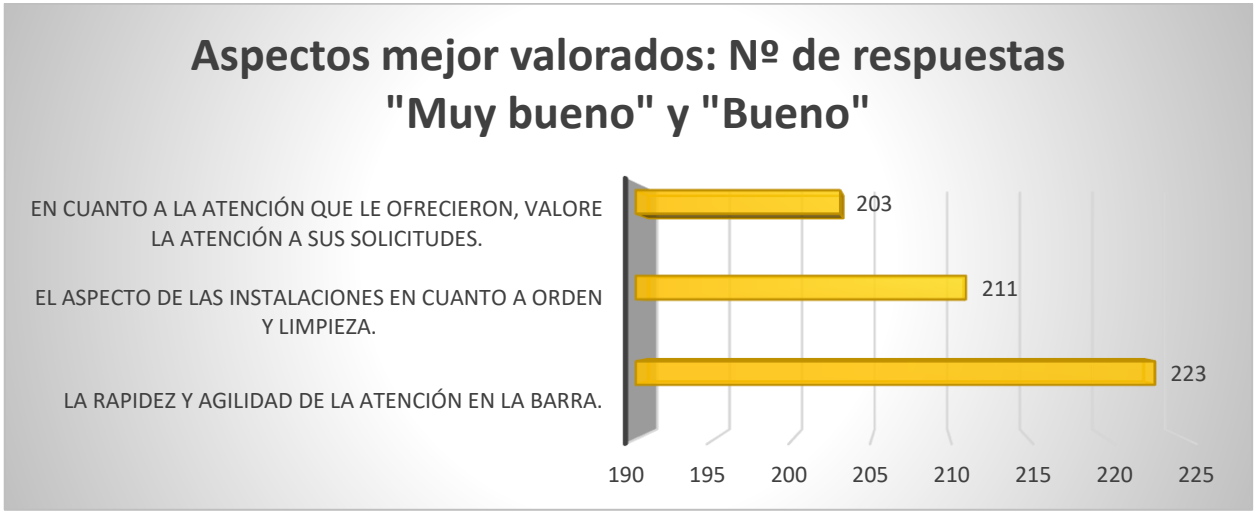
- **Número total de respuestas ofrecidas por los usuarios, para cada una de las preguntas de la encuesta:**

VALORACIÓN	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	NS/NC	TOTAL RESPUESTAS
1.- La calidad de los productos	20	30	111	144	27	7	
2.- La variedad de los productos.	8	35	95	130	57	14	
3.- La variedad de los menús semanales (de una semana a otra)	10	40	98	86	35	70	
4.- La variedad de los productos veganos, vegetarianos y menús para intolerancias y/o alergias.	28	36	17	10	7	241	
5.- La variedad de opciones de guarnición de los segundos platos	38	59	82	71	30	59	
6.- La cantidad de comida en el menú	30	50	61	99	72	27	
7.- La relación calidad/precio del café en la cafetería.	75	66	55	57	34	52	
8.- La relación calidad/precio de los productos de la cafetería.	78	69	85	70	27	10	
9- La rapidez y agilidad de la atención en la barra.	21	34	51	114	109	10	
10- La rapidez y agilidad del autoservicio.	21	20	42	81	85	90	
11- La relación calidad-precio de los servicios.	49	49	74	87	53	27	
12- En cuanto a la atención que le ofrecieron, valore la atención a sus solicitudes.	18	17	49	91	112	52	
13- Ante alguna dificultad, queja o reclamación, la rapidez y eficacia en su resolución.	10	20	14	18	53	224	
14- El aspecto de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza.	13	34	72	126	85	9	
15- El mobiliario y electrodomésticos de la cafetería.	53	51	91	86	33	25	
16- Si es usuario de otras cafeterías del Campus ¿Cuál es su valoración global en comparación con las cafeterías de otros Centros?	45	67	51	35	12	129	
TOTAL DE RESPUESTAS	**517**	**677**	**1048**	**1305**	**831**	**1046**	**5424**

- **Porcentajes de las respuestas ofrecidas por los usuarios:**

VALORACIÓN	MUY MALO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	NS/NC
1.- La calidad de los productos	3,87%	4,43%	10,59%	11,03%	3,25%	0,67%
2.- La variedad de los productos.	1,55%	5,17%	9,06%	9,96%	6,86%	1,34%
3.- La variedad de los menús semanales (de una semana a otra)	1,93%	5,91%	9,35%	6,59%	4,21%	6,69%
4.- La variedad de los productos veganos, vegetarianos y menús para intolerancias y/o alergias.	5,42%	5,32%	1,62%	0,77%	0,84%	23,04%
5.- La variedad de opciones de guarnición de los segundos platos	7,35%	8,71%	7,82%	5,44%	3,61%	5,64%
6.- La cantidad de comida en el menú	5,80%	7,39%	5,82%	7,59%	8,66%	2,58%
7.- La relación calidad/precio del café en la cafetería.	14,51%	9,75%	5,25%	4,37%	4,09%	4,97%
8.- La relación calidad/precio de los productos de la cafetería.	15,09%	10,19%	8,11%	5,36%	3,25%	0,96%
9- La rapidez y agilidad de la atención en la barra.	4,06%	5,02%	4,87%	8,74%	13,12%	0,96%
10- La rapidez y agilidad del autoservicio.	4,06%	2,95%	4,01%	6,21%	10,23%	8,60%
11- La relación calidad-precio de los servicios.	9,48%	7,24%	7,06%	6,67%	6,38%	2,58%
12- En cuanto a la atención que le ofrecieron, valore la atención a sus solicitudes.	3,48%	2,51%	4,68%	6,97%	13,48%	4,97%
13- Ante alguna dificultad, queja o reclamación, la rapidez y eficacia en su resolución.	1,93%	2,95%	1,34%	1,38%	6,38%	21,41%
14- El aspecto de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza.	2,51%	5,02%	6,87%	9,66%	10,23%	0,86%
15- El mobiliario y electrodomésticos de la cafetería.	10,25%	7,53%	8,68%	6,59%	3,97%	2,39%
16- Si es usuario de otras cafeterías del Campus ¿Cuál es su valoración global en comparación con las cafeterías de otros Centros?	8,70%	9,90%	4,87%	2,68%	1,44%	12,33%
PROPORCIÓN DE RESPUESTAS RESPECTO AL TOTAL	**9,53%**	**12,48%**	**19,32%**	**24,06%**	**15,32%**	**19,28%**

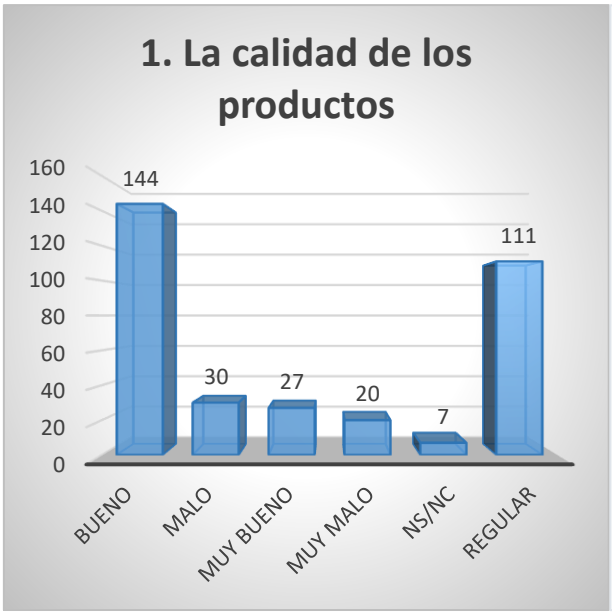
- **Aspectos mejor valorados por los usuarios:**

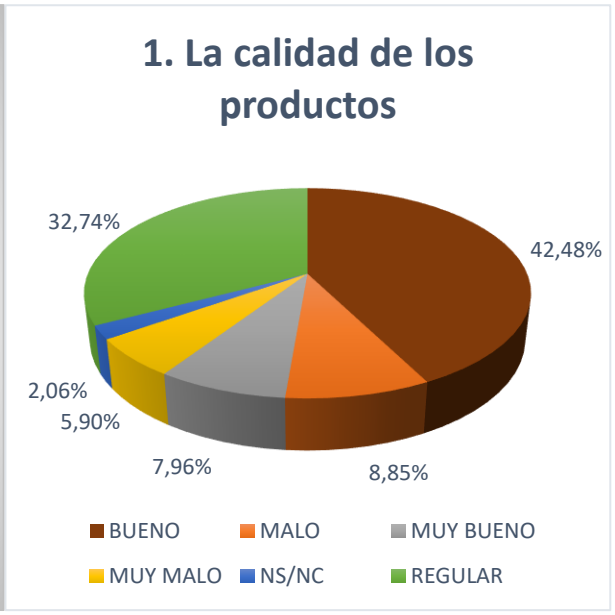


4. PREGUNTAS

Pregunta 1: “La calidad de los productos”.

Respuestas positivas: 50.44% (171 respuestas). Respuestas negativas: 14.75% (50 respuestas). NS/NC: 7.



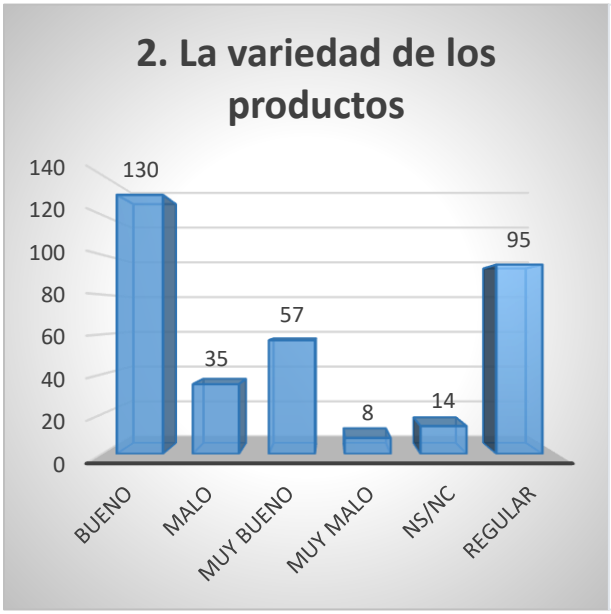


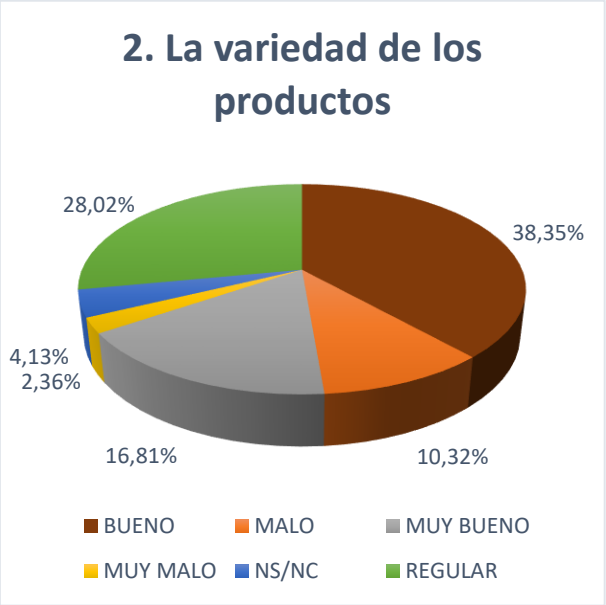
Conclusiones: El 50,44 % de las personas encuestadas valora la calidad de los productos de forma positiva, calificándola como “Buena” o “Muy buena”. En contraste, el 14,75 % la considera “Mala” o “Muy mala”. Por su parte, cerca de un tercio de los encuestados opina que la calidad es “Regular”.

Por colectivos, los estudiantes son quienes muestran una percepción más favorable de la calidad de los productos. En concreto, el 35,10 % de las valoraciones positivas (“Buena” o “Muy buena”) procede de este grupo, frente al 10,62 % correspondiente al PDI y al 4,72 % del PTGAS.

Pregunta 2: “La variedad de los productos”.

Respuestas positivas: 55.16% (187 respuestas). Respuestas negativas: 12.68% (43 respuestas). NS/NC: 14.





Conclusiones: La opción más seleccionada en esta pregunta ha sido “Bueno”, con 130 respuestas, lo que representa el 38,35 % del total. Le siguen las valoraciones “Regular”, con 95 respuestas (28,02 %), y “Muy bueno”, con 57 respuestas (16,81 %).

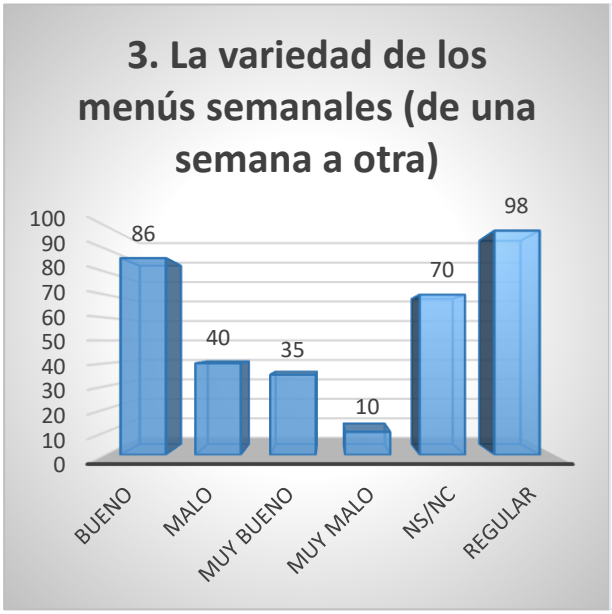
En conjunto, las valoraciones positivas (“Bueno” y “Muy bueno”) alcanzan el 55,16 % de las respuestas, lo que indica un nivel de satisfacción generalmente favorable respecto a la variedad de los productos ofrecidos.

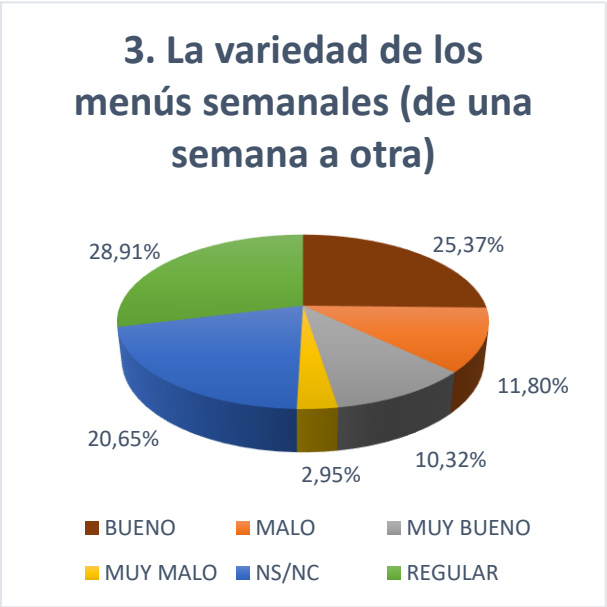
Por el contrario, 43 personas consideran que la variedad de productos es “Mala” o “Muy mala”, lo que supone el 12,68 % del total de participantes.

Por colectivos, el PDI es el grupo que realiza una valoración más positiva de la variedad de productos, ya que el 71,15 % de sus integrantes la califica como “Buena” o “Muy buena”. Esta percepción positiva también es mayoritaria entre el PTGAS (58,33 %) y el estudiantado (51,39 %). En todos los casos, la valoración mejora de forma significativa con respecto al año anterior.

Pregunta 3: “La variedad de los menús semanales (de una semana a otra)”.

Respuestas positivas: 35.69% (121 respuestas). Respuestas negativas: 14.75% (50 respuestas). NS/NC: 70.





Conclusiones: La valoración de la variedad de los menús semanales entre una semana y otra es menos favorable que la obtenida en otros aspectos analizados, como la rapidez y agilidad en la barra y el autoservicio, así como la calidad y variedad de los productos. Las valoraciones positivas (“Buena” y “Muy buena”) alcanzan el 35,69 % de las respuestas.

La opción más seleccionada ha sido “Regular”, con 98 respuestas, seguida de “Mala”, con 40 respuestas, lo que indica una percepción moderadamente satisfactoria, aunque con margen de mejora.

Destaca también el elevado número de personas que han respondido “No sabe/No contesta”, un total de 70, que representa el 20,65 % de las respuestas. Esta opción presenta una proporción similar entre los colectivos de PTGAS y estudiantes, si bien resulta ligeramente más elevada entre estos últimos, alcanzando el 21,91 %.

Por otro lado, únicamente el 14,75 % de las personas encuestadas considera que la variedad de los menús semanales es “Mala” o “Muy mala”, lo que corresponde a 50 respuestas (40 y 10, respectivamente).

Pregunta 4: “La variedad de los productos veganos, vegetarianos y menús para intolerancias y/o alergias.”

Respuestas positivas: 5.01% (17 respuestas). Respuestas negativas: 18.88% (64 respuestas). NS/NC: 241.

Conclusiones: En relación con la variedad de productos veganos, vegetarianos y de menús adaptados a intolerancias y alergias, destaca el elevado número de respuestas “No sabe/No contesta”, que con 241 respuestas representa el 71,09 % del total. Este resultado sugiere un bajo grado de conocimiento o utilización de este tipo de oferta por parte de las personas encuestadas.

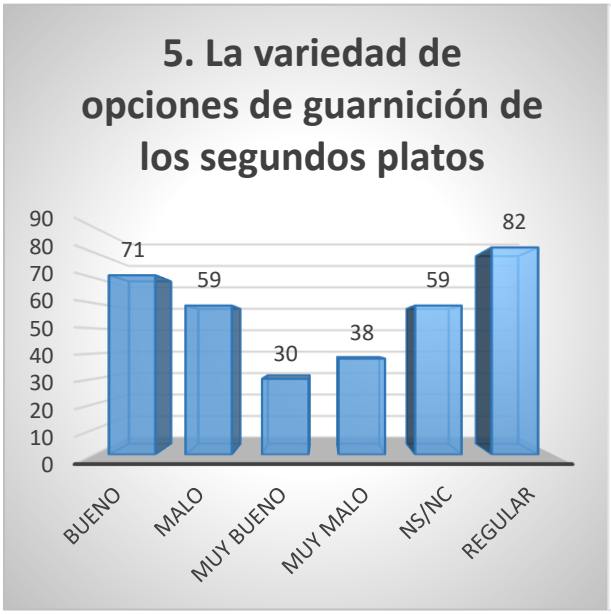
La proporción de respuestas “No sabe/No contesta” es especialmente alta en todos los colectivos analizados, alcanzando el 75,00 % entre el PDI, el 71,31 % entre el estudiantado y el 63,89 % entre el PTGAS.

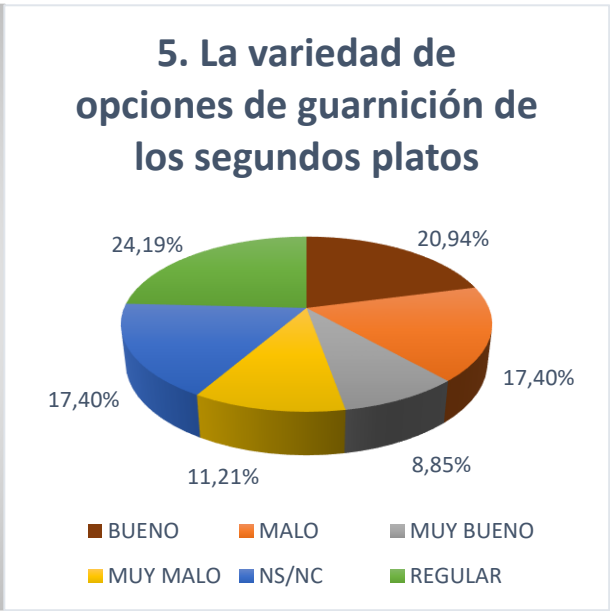
Entre las personas que sí emitieron una valoración, predominan las opiniones negativas. En concreto, el 18,88 % de los encuestados considera que la variedad de estos productos es “Mala” o “Muy mala”, con 36 y 28 respuestas, respectivamente. Por el contrario, únicamente el 5,01 % valora esta oferta como “Buena” o “Muy buena”.

Estos resultados ponen de manifiesto una percepción limitada de la variedad disponible en este tipo de productos y sugieren la conveniencia de reforzar tanto la oferta como su visibilidad entre los usuarios.

Pregunta 5: “La variedad de opciones de guarnición de los segundos platos”.

Respuestas positivas: 29.79% (101 respuestas). Respuestas negativas: 28.61% (97 respuestas). NS/NC: 59.





Conclusiones: La valoración de la variedad de opciones de guarnición para los segundos platos presenta una distribución menos homogénea que la observada en otros aspectos analizados en la encuesta. Las categorías más seleccionadas son “Regular”, con 82 respuestas (24,19 %), y “Buena”, con 71 respuestas (20,94 %). Por su parte, el 8,85 % de las personas encuestadas considera que la variedad es “Muy buena”, mientras que el 17,40 % la califica como “Mala”.

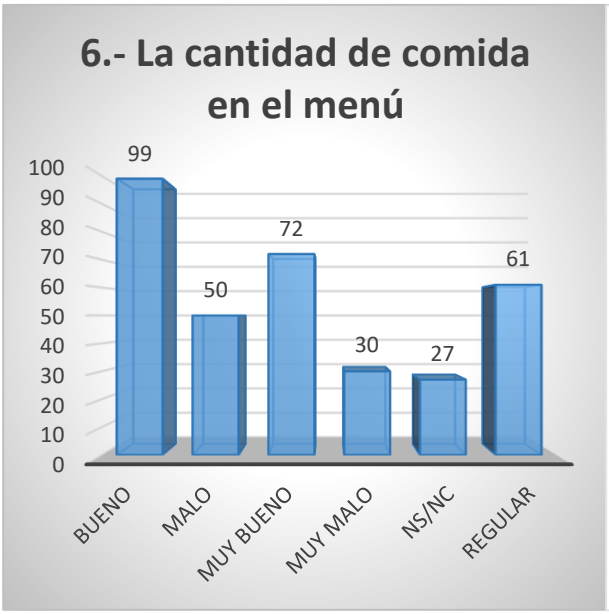
Cabe destacar que la proporción de valoraciones “Muy mala” se sitúa en el 11,21 %, lo que supone una mejora con respecto al año anterior al reducirse el porcentaje de respuestas más negativas.

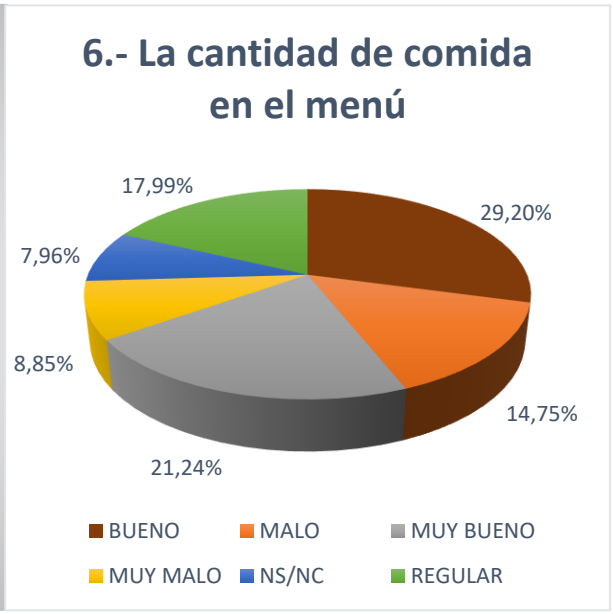
Por colectivos, el PDI es el grupo que muestra una valoración más favorable de este aspecto, ya que el 42,31 % de sus integrantes considera que las opciones de guarnición son “Buenas” o “Muy buenas”.

Finalmente, el 17,40 % de las personas encuestadas ha respondido “No sabe/No contesta”, lo que indica que una parte significativa de los usuarios no dispone de una opinión definida sobre esta cuestión.

Pregunta 6: “La cantidad de comida en el menú”.

Respuestas positivas: 50.44% (171 respuestas). Respuestas negativas: 23.60% (80 respuestas). NS/NC: 27.





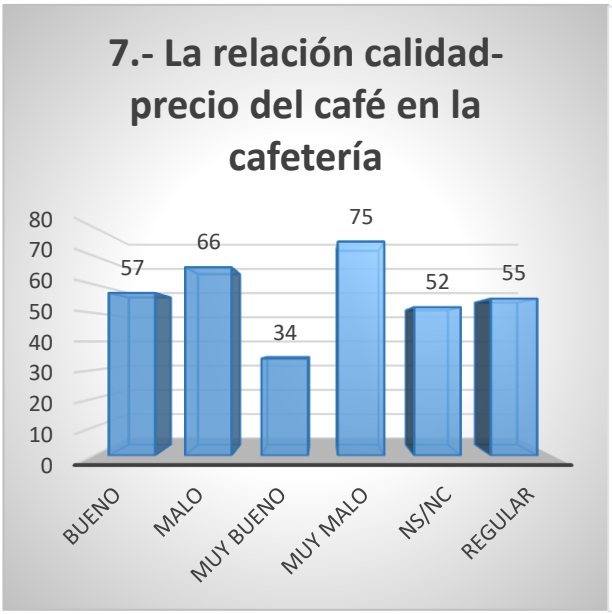
Conclusiones: En relación con la cantidad de comida servida en el menú, la valoración general es positiva. La opción más seleccionada ha sido “Buena”, con un 29,20 % de las respuestas, seguida de “Muy buena”, con un 21,24 %. En conjunto, el 50,44 % de las personas encuestadas considera que la cantidad de comida es adecuada, otorgándole una valoración de “Buena” o “Muy buena”.

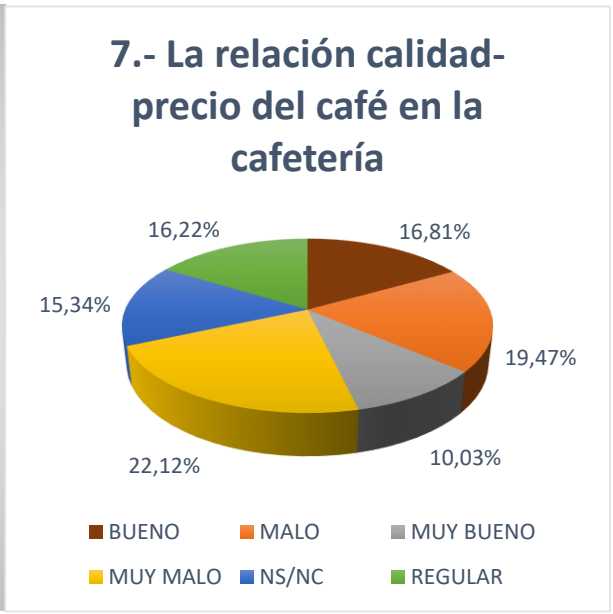
Por colectivos, el PDI es el que muestra una percepción más favorable, ya que el 78,85 % de sus integrantes valora positivamente este aspecto. Le sigue el PTGAS, con un 50,00 % de valoraciones positivas. Entre el estudiantado, la valoración también es mayoritariamente favorable, aunque en menor medida, alcanzando el 44,62 %.

Por otro lado, el 23,60 % de los encuestados considera que la cantidad de comida es “Mala” o “Muy mala”, lo que equivale a 80 respuestas (30 y 50, respectivamente). Finalmente, el 7,96 % de los participantes ha optado por la respuesta “No sabe/No contesta”, correspondiente a 27 respuestas.

Pregunta 7: “La relación calidad/precio del café en la cafetería”.

Respuestas positivas: 26.84% (91 respuestas). Respuestas negativas: 41.59% (141 respuestas). NS/NC: 52.





Conclusiones: En relación con la valoración de la relación calidad-precio del café ofrecido en la cafetería, predominan las opiniones negativas. La opción más seleccionada ha sido “Muy mala”, con un 22,12 % de las respuestas, seguida de “Mala”, con un 19,47 %. En conjunto, el 41,59 % de las personas encuestadas considera desfavorable la relación calidad-precio del café.

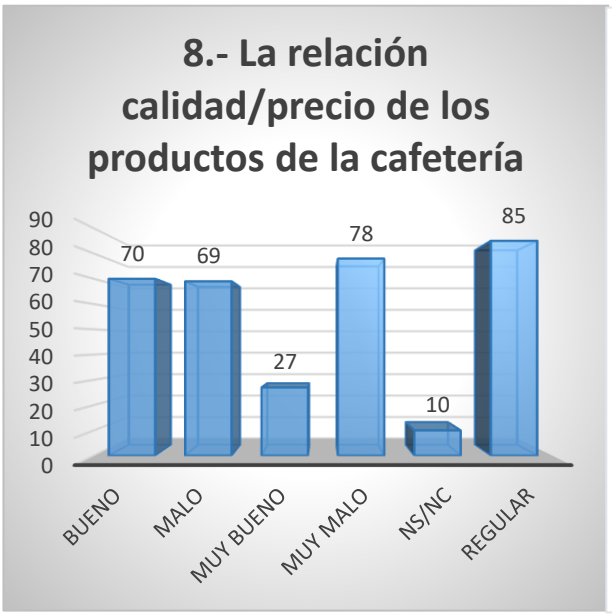
Las valoraciones positivas son menos frecuentes: el 16,81 % de los encuestados califica la relación calidad-precio como “Buena” y el 10,03 % como “Muy buena”. En total, el 26,84 % de las personas participantes realiza una valoración favorable de este aspecto.

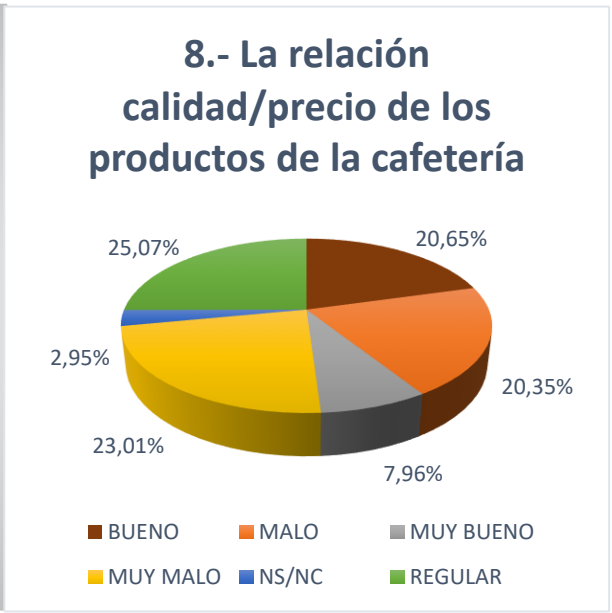
Por colectivos, el PDI presenta una percepción significativamente más positiva que el resto, ya que el 63,46 % de sus integrantes considera que la relación calidad-precio del café es “Buena” o “Muy buena”. Esta proporción desciende al 33,33 % entre el PTGAS y al 18,33 % entre el estudiantado, colectivo que muestra el menor nivel de satisfacción en esta cuestión.

Por último, el 15,34 % de las personas encuestadas ha respondido “No sabe/No contesta”, lo que equivale a 52 respuestas.

Pregunta 8: "La relación calidad/precio de los productos de la cafetería".

Respuestas positivas: 28.61% (97 respuestas). Respuestas negativas: 43.36% (147 respuestas). NS/NC: 10.





Conclusiones: De forma general, la valoración de la relación calidad-precio de los productos de la cafetería ha experimentado un descenso respecto al curso anterior. Actualmente, únicamente el 7,96% de las personas encuestadas la califica como "Muy buena" y el 20,65% como "Buena", lo que supone un total del 28,61% de valoraciones positivas.

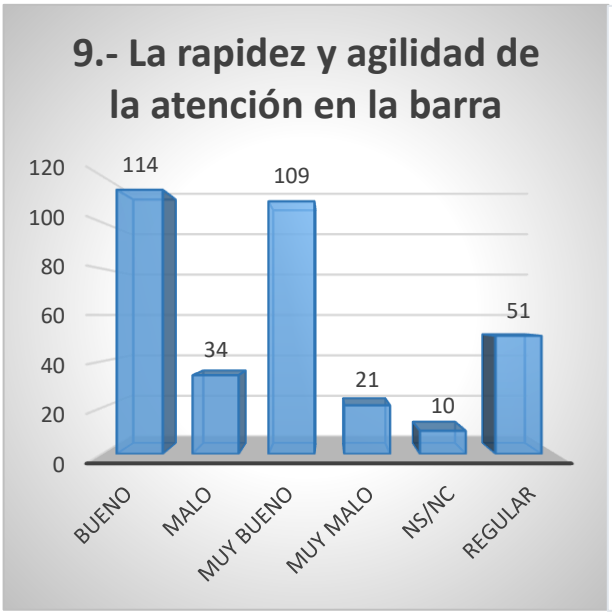
Cabe destacar que, en el informe del año anterior, este aspecto ocupaba la sexta posición entre los mejor valorados, considerando conjuntamente las respuestas "Muy buena" y "Buena".

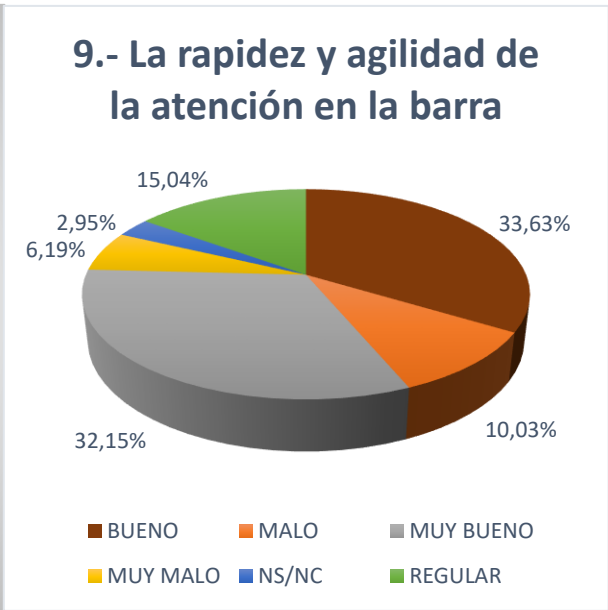
Por colectivos, los Estudiantes muestran el nivel de satisfacción más bajo, ya que el 51,79% considera la relación calidad-precio "Muy mala" o "Mala". Les sigue el colectivo PTGAS, con un 27,78% de valoraciones negativas. En contraste, el PDI presenta una percepción significativamente más favorable, siendo únicamente el 13,46% quien valora este aspecto como "Muy malo" o "Malo".

En conjunto, los resultados reflejan una percepción mayoritariamente crítica de la relación calidad-precio de los productos ofertados en la cafetería, ya que menos de tres de cada diez personas encuestadas (28,61%) la consideran "Muy buena" o "Buena".

Pregunta 9: “La rapidez y agilidad de la atención en la barra”.

Respuestas positivas: 65.78% (223 respuestas). Respuestas negativas: 16.22% (55 respuestas). NS/NC: 10.





Conclusiones: La rapidez y agilidad en la atención de la barra recibe una valoración mayoritariamente positiva por parte de las personas encuestadas. En concreto, el 65,78% la califica como “Muy buena” (32,15%) o “Buena” (33,63%).

Por el contrario, un 16,22% considera que este aspecto presenta margen de mejora, otorgándole una valoración “Muy mala” (6,19%) o “Mala” (10,03%).

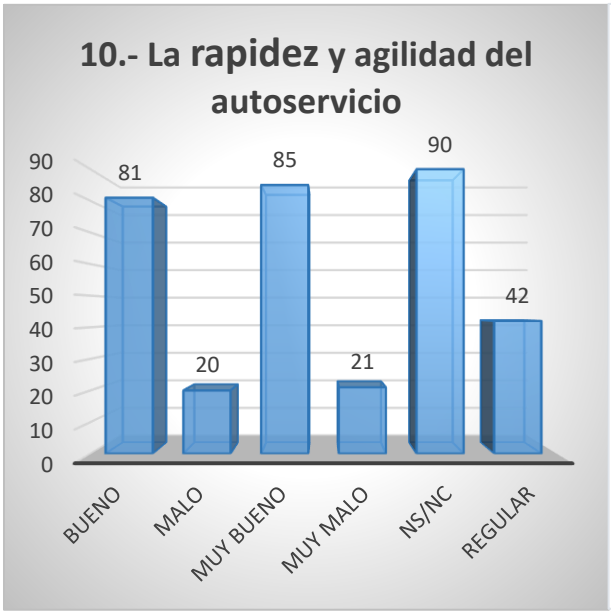
Este indicador destaca especialmente dentro del conjunto de aspectos evaluados, situándose como el tercer mejor valorado de la encuesta y registrando uno de los mayores números de respuestas “Muy buena” (109 respuestas).

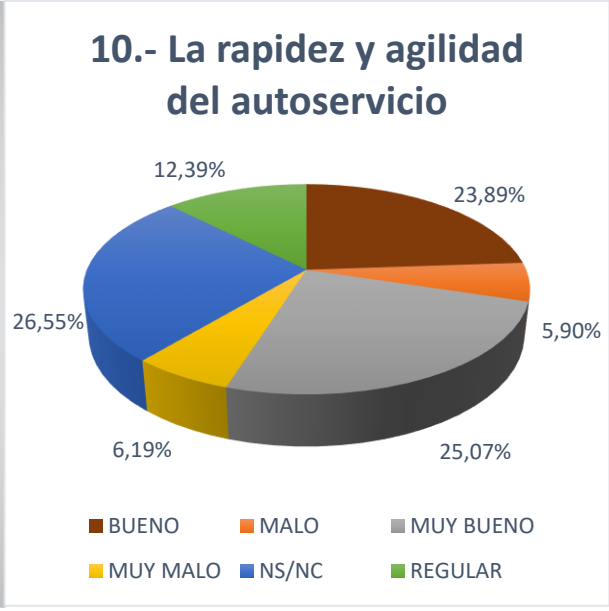
El análisis por colectivos muestra diferencias significativas. El PDI es el grupo que valora más favorablemente la rapidez y agilidad de la atención en barra, con un 90,38% de respuestas positivas (“Muy buena” o “Buena”), destacando que el 65,38% la considera “Muy buena”. Le sigue el colectivo PTGAS, con un 86,11% de valoraciones positivas, mientras que entre los Estudiantes este porcentaje se sitúa en el 57,77%.

En conjunto, los resultados ponen de manifiesto que la rapidez y agilidad en la atención de la barra constituye uno de los puntos fuertes del servicio de cafetería, especialmente entre el personal de la Escuela.

Pregunta 10: “La rapidez y agilidad del autoservicio”.

Respuestas positivas: 48.97% (166 respuestas). Respuestas negativas: 12.09% (41 respuestas). NS/NC: 90.





Conclusiones: La valoración de la rapidez y agilidad del autoservicio presenta una tendencia similar a la observada en la atención en barra, aunque con resultados ligeramente menos favorables. El 25,07% de las personas encuestadas considera este aspecto “Muy bueno”, porcentaje inferior al registrado para la atención en barra (32,15%). Asimismo, un 23,89% lo valora como “Bueno”, mientras que únicamente un 12,09% lo califica como “Malo” o “Muy malo”.

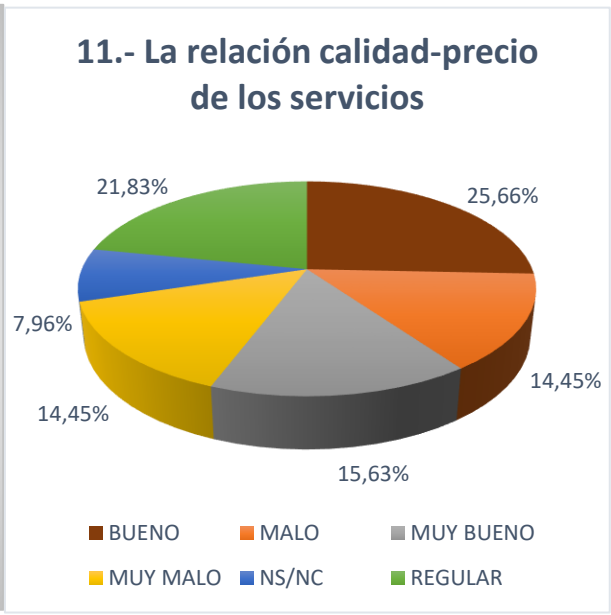
Por colectivos, el PDI es el grupo que muestra una valoración más positiva de la rapidez y agilidad del autoservicio, con un 65,38% de respuestas “Muy buena” o “Buena”. Le siguen los Estudiantes, con un 44,62% de valoraciones positivas, y el PTGAS, con un 25,00%.

Cabe señalar que esta pregunta registra un número considerablemente mayor de respuestas “No sabe/No contesta” (90 respuestas) en comparación con la relativa a la atención en barra (10 respuestas). Esta diferencia podría estar relacionada con un menor uso del servicio de autoservicio por parte de las personas usuarias, lo que limita su capacidad para valorar este aspecto.

En conjunto, los resultados indican que la rapidez y agilidad del autoservicio son percibidas de forma favorable por una parte importante de los usuarios, si bien presentan niveles de valoración positiva inferiores a los obtenidos por la atención en barra.

Pregunta 11: “La relación calidad-precio de los servicios”.

Respuestas positivas: 41.30% (140 respuestas). Respuestas negativas: 28.91% (98 respuestas). NS/NC: 27.



Conclusiones: De forma general, la relación calidad-precio de los servicios de cafetería obtiene una valoración moderadamente positiva. El 15,63% de las personas encuestadas la califica como “Muy buena” y el 25,66% como “Buena”, lo que supone un total del 41,29% de valoraciones favorables, porcentaje que no alcanza la mitad de los participantes en la encuesta.

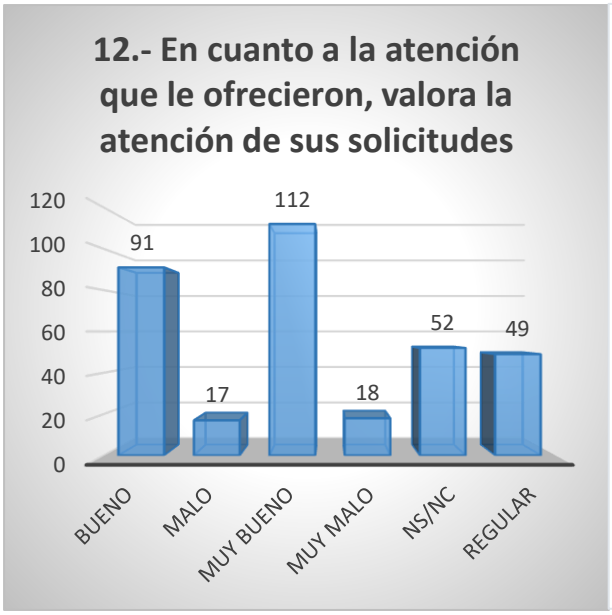
En el informe del curso anterior, este aspecto ocupaba la quinta posición entre los mejor valorados, considerando conjuntamente las respuestas “Muy buena” y “Buena”. Sin embargo, tras la modificación de las tarifas, la percepción de los usuarios parece haberse visto afectada, dejando de situarse entre los aspectos más destacados del servicio.

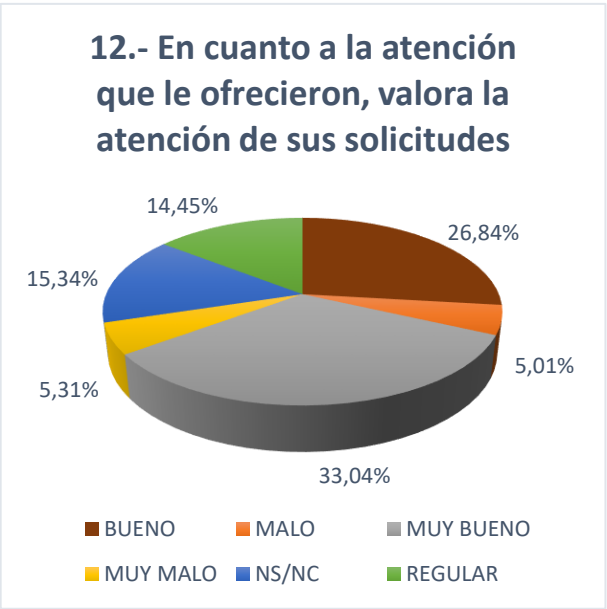
Por colectivos, el PDI es el grupo que muestra una valoración más favorable de la relación calidad-precio, con un 73,08% de respuestas “Muy buena” o “Buena”. Le sigue el PTGAS, con un 55,56% de valoraciones positivas. En cambio, entre los Estudiantes, únicamente el 32,67% considera satisfactoria la relación calidad-precio de los servicios ofrecidos.

Asimismo, se observa un incremento significativo de las valoraciones negativas. El porcentaje de personas encuestadas que consideran este aspecto “Muy malo” o “Malo” alcanza el 28,91%, frente al 20,06% registrado en el curso anterior. Este aumento refuerza la tendencia observada de una menor satisfacción con la relación calidad-precio del servicio de cafetería respecto a años anteriores.

Pregunta 12: “En cuanto a la atención que le ofrecieron, valora la atención de sus solicitudes”

Respuestas positivas: 59.88% (203 respuestas). Respuestas negativas: 10.32% (35 respuestas). NS/NC: 52





Conclusiones: La atención ofrecida por el personal de la cafetería es el aspecto mejor valorado de toda la encuesta en términos de excelencia, al obtener el mayor número de respuestas “Muy buena”, con 112 valoraciones, lo que representa el 33,04% del total de personas encuestadas.

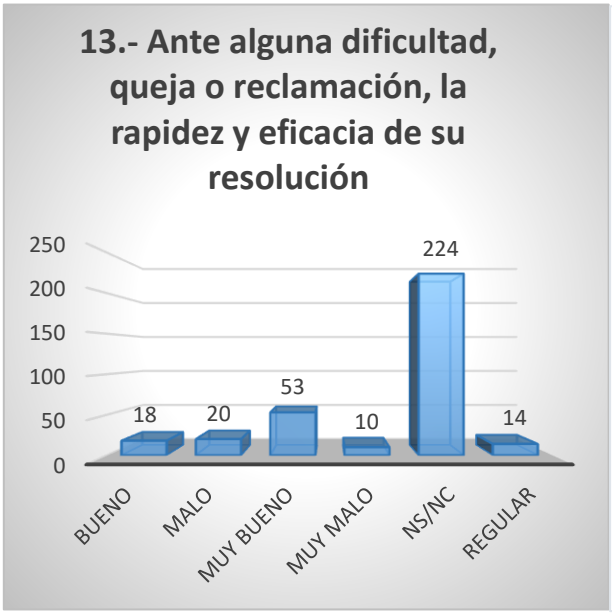
El análisis por colectivos muestra una valoración especialmente positiva por parte del PDI, donde el 67,31% considera que la atención recibida fue “Muy buena”. Le sigue el colectivo PTGAS, con un 50,00% de respuestas en esta categoría. Entre los Estudiantes, aunque la valoración también es favorable, el porcentaje de quienes califican la atención como “Muy buena” se sitúa en el 23,51%.

Por otro lado, las valoraciones negativas tienen una presencia reducida. Tan solo el 10,32% de las personas encuestadas considera que la atención prestada fue “Mala” o “Muy mala”, lo que equivale a 35 respuestas.

En conjunto, los resultados reflejan que la atención al usuario constituye uno de los principales puntos fuertes del servicio de cafetería, destacando especialmente por el elevado número de valoraciones de máxima satisfacción y por la escasa incidencia de opiniones negativas.

Pregunta 13: “Ante alguna dificultad, queja o reclamación, la rapidez y eficacia de su resolución”.

Respuestas positivas: 20.94% (71 respuestas). Respuestas negativas: 8.85% (30 respuestas). NS/NC: 224.



Conclusiones: La valoración de este aspecto viene marcada por el elevado número de respuestas “No sabe/No contesta”, que alcanzan las 224 respuestas, lo que representa el 66,08% del total de personas encuestadas. Este resultado indica que una parte muy significativa de los usuarios no dispone de experiencia directa en situaciones relacionadas con dificultades, quejas o reclamaciones, o bien no cuenta con información suficiente para valorar este aspecto del servicio.

Por colectivos, más de la mitad de los participantes han seleccionado la opción “No sabe/No contesta”: el 67,33% de los Estudiantes, el 65,38% del PDI y el 58,33% del PTGAS.

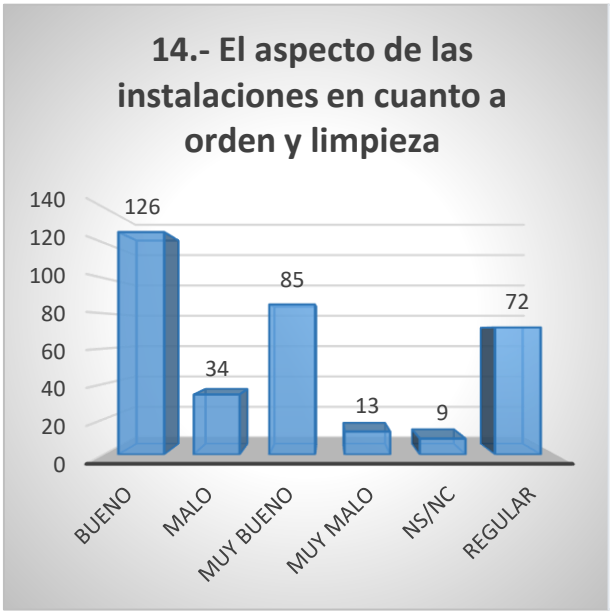
Entre quienes sí emiten una valoración, la percepción es mayoritariamente positiva. El 20,94% de las personas encuestadas considera que la resolución de dificultades, quejas o reclamaciones es rápida y eficaz, otorgándole una valoración “Muy buena” (15,63%) o “Buena” (5,31%).

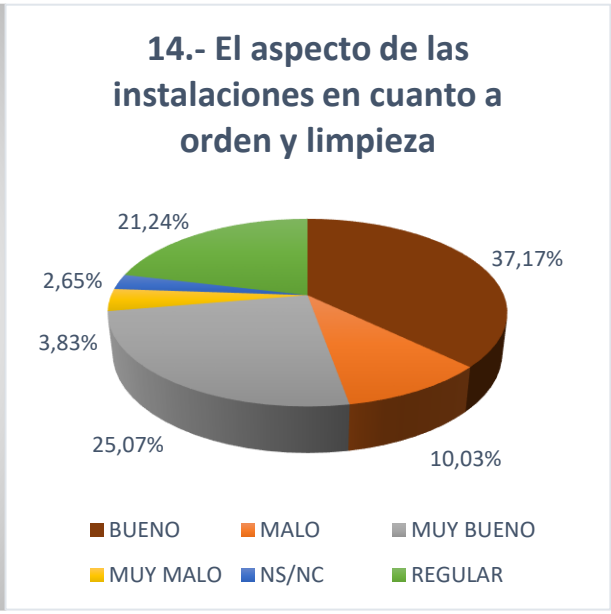
Por el contrario, únicamente el 8,85% la califica como “Mala” o “Muy mala”, lo que refleja una presencia reducida de valoraciones negativas.

En conjunto, los resultados sugieren que la mayoría de los usuarios de la cafetería no ha tenido que recurrir a los mecanismos de gestión de incidencias. No obstante, entre quienes sí han experimentado alguna dificultad, queja o reclamación, la valoración de la rapidez y eficacia en su resolución es predominantemente favorable.

Pregunta 14: “El aspecto de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza”.

Respuestas positivas: 62.24% (211 respuestas). Respuestas negativas: 13.86% (47 respuestas). NS/NC: 9.





Conclusiones: El orden y la limpieza de las instalaciones constituyen uno de los aspectos mejor valorados del servicio de cafetería. En total, el 62,24% de las personas encuestadas otorga una valoración positiva, calificándolo como “Muy bueno” (25,07%; 85 respuestas) o “Bueno” (37,17%; 126 respuestas).

Este resultado sitúa al orden y la limpieza como el segundo aspecto mejor valorado de la encuesta, considerando conjuntamente las respuestas “Muy bueno” y “Bueno”, lo que pone de manifiesto la buena percepción de los usuarios respecto al estado y mantenimiento de las instalaciones.

Por colectivos, la valoración positiva es elevada en todos los grupos analizados. El PDI presenta el porcentaje más alto de satisfacción, con un 67,31% de respuestas favorables, seguido de los Estudiantes (62,55%) y del PTGAS (50,78%).

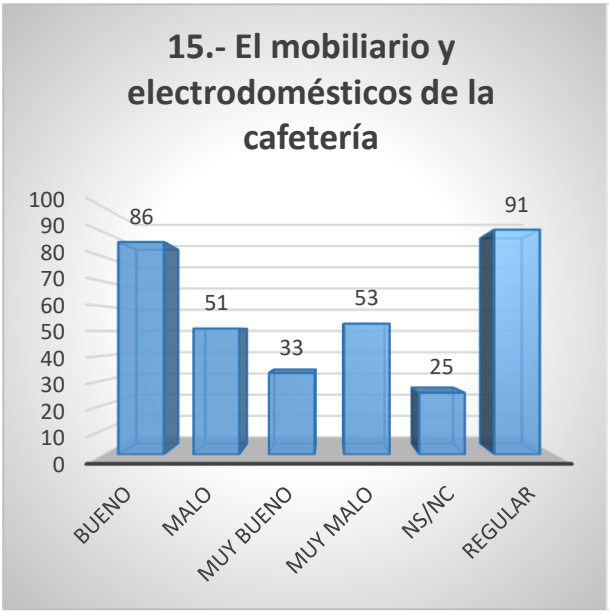
Las valoraciones negativas tienen una presencia limitada: un 10,03% de las personas encuestadas considera el orden y la limpieza “Malo”, mientras que únicamente un 3,83% lo califica como “Muy malo”.

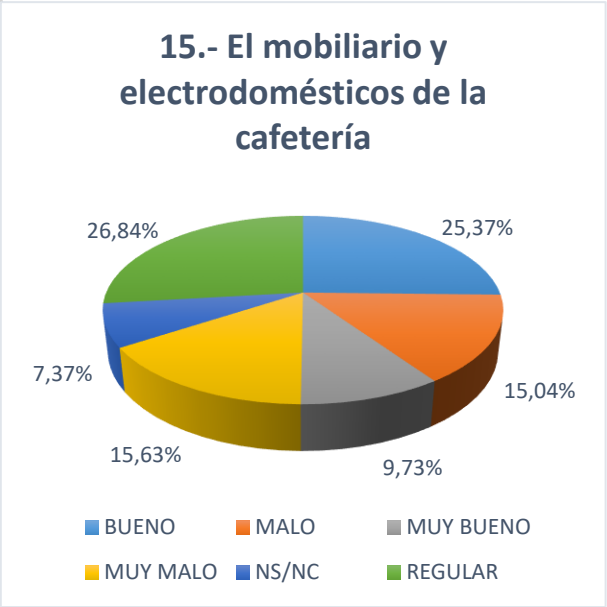
Asimismo, este aspecto registra uno de los porcentajes más bajos de respuestas “No sabe/No contesta”, con tan solo 9 respuestas (2,65% del total), lo que indica que prácticamente la totalidad de los usuarios dispone de una percepción formada sobre esta cuestión.

En conjunto, los resultados reflejan una valoración ampliamente favorable del estado de las instalaciones, consolidándose como uno de los principales puntos fuertes del servicio de cafetería.

Pregunta 15: “El mobiliario y electrodomésticos de la cafetería”.

Respuestas positivas: 35.10% (119 respuestas). Respuestas negativas: 30.68% (104 respuestas). NS/NC: 25





Conclusiones: La valoración del mobiliario y los electrodomésticos de la cafetería es, en términos generales, menos favorable que la obtenida por otros aspectos del servicio. Únicamente el 35,10% de las personas encuestadas realiza una valoración positiva, calificándolos como “Muy buenos” (9,73%; 33 respuestas) o “Buenos” (25,37%; 86 respuestas).

El análisis por colectivos muestra resultados similares entre los distintos grupos. El PTGAS es el colectivo que presenta una valoración más favorable, con un 38,89% de respuestas positivas, seguido muy de cerca por el PDI (38,46%) y los Estudiantes (33,86%). En todos los casos, aproximadamente un tercio de los usuarios considera satisfactorio este aspecto de la cafetería.

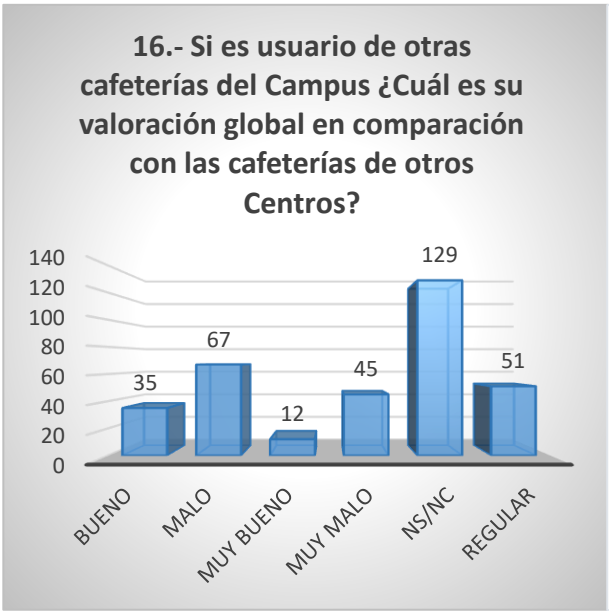
Por el contrario, las valoraciones negativas alcanzan un peso significativo. El 15,04% de las personas encuestadas considera que el mobiliario y los electrodomésticos son “Malos”, mientras que un 15,63% los califica como “Muy malos”, lo que supone un total del 30,67% de opiniones desfavorables.

Asimismo, el porcentaje de respuestas “No sabe/No contesta” es reducido, situándose en el 7,37% del total (25 respuestas), lo que indica que la mayoría de los usuarios dispone de elementos suficientes para valorar este aspecto.

En conjunto, los resultados reflejan una percepción moderada del estado y adecuación del mobiliario y los electrodomésticos, con un nivel de satisfacción limitado y una proporción relevante de valoraciones negativas que sugiere la conveniencia de analizar posibles actuaciones de mejora en este ámbito.

Pregunta 16: “Si es usuario de otras cafeterías del Campus ¿Cuál es su valoración global en comparación con las cafeterías de otros Centros?”.

Respuestas positivas: 13.86% (47 respuestas). Respuestas negativas: 33.04% (112 respuestas). NS/NC: 129.



Conclusiones: La valoración comparativa de la cafetería de la ETSIAE respecto a las cafeterías de otras escuelas de la UPM está condicionada por el elevado porcentaje de respuestas “No sabe/No contesta”, que alcanza el 38,05% del total. Este resultado sugiere que una parte importante de las personas encuestadas no dispone de referencias suficientes para realizar una comparación o no ha utilizado los servicios de cafetería de otros centros de la Universidad.

Entre quienes sí emiten una valoración, predominan las opiniones desfavorables. En concreto, 67 personas (19,76% de los encuestados) consideran que la cafetería de la ETSIAE es “Mala”, mientras que 45 personas (13,27%) la califican como “Muy mala”. En conjunto, las valoraciones negativas representan una proporción significativa de las respuestas.

El análisis por colectivos refleja una percepción moderadamente crítica. Únicamente el 26,92% del PDI y el 22,22% del PTGAS consideran que la cafetería de la ETSIAE es “Muy buena” o “Buena” en comparación con las de otras escuelas de la UPM. Por su parte, los Estudiantes son el colectivo más crítico, ya que el 38,65% valora la cafetería como “Mala” o “Muy mala” cuando la compara con las de otros centros universitarios.

En conjunto, los resultados indican que una parte importante de los usuarios no dispone de experiencia suficiente para establecer comparaciones con otras cafeterías de la UPM. No obstante, entre quienes sí realizan dicha comparación, predominan las valoraciones negativas, especialmente entre el colectivo estudiantil.

5. EVOLUCIÓN SATISFACCIÓN

Se realiza comparativa de los resultados para ver la evolución de la satisfacción entre los usuarios con respecto al curso anterior.

Preguntas	2024/25	2025/26	Diferencia
Productos y Platos: 1.- La calidad de los productos.	2.84	3.39	+0.55
Productos y Platos: 2.- La variedad de los productos.	3.07	3.59	+0.52
Productos y Platos: 3.- La variedad de los menús semanales (de una sem	2.86	3.36	+0.50
Productos y Platos: 4.- La variedad de los productos veganos, vegetari	2.18	2.31	+0.13
Productos y Platos: 5.- La variedad de opciones de guarnición de los s	2.7	2.99	+0.29
Productos y Platos: 6.- La cantidad de comida en el menú.	3.58	3.43	-0.15
Productos y Platos: 7.- La relación calidad-precio del café en la cafe	3.46	2.68	-0.78
Productos y Platos: 8.- La relación calidad/precio de los productos de	3.41	2.69	-0.72
Servicio: 9.- La rapidez y agilidad de la atención en la barra.	4.04	3.78	-0.26
Servicio: 10.- La rapidez y agilidad del autoservicio.	4.17	3.76	-0.41
Servicio: 11.- La relación calidad-precio de los servicios.	3.49	3.15	-0.34
Servicio: 12.- En cuanto a la atención que le ofrecieron, valora la at	4.21	3.91	-0.30
Servicio: 13.- Ante alguna dificultad, queja o reclamación, la rapidez	3.89	3.73	-0.16
Instalaciones: 14.- El aspecto de las instalaciones en cuanto a orden	3.4	3.72	+0.32
Instalaciones: 15.- El mobiliario y electrodomésticos de la cafetería.	2.97	2.98	+0.01
Instalaciones: 16.- Si es usuario de otras cafeterías del Campus ¿Cuál	2.67	2.53	-0.14

Los resultados arrojan las siguientes **áreas en las que se ha mejorado**:

• Productos y Platos: 1.- La calidad de los productos. (+0.55)

• Productos y Platos: 2.- La variedad de los productos. (+0.52)

• Productos y Platos: 3.- La variedad de los menús semanales (de una semana a otra). (+0.50)

• Instalaciones: 14.- El aspecto de las instalaciones en cuanto a orden y limpieza. (+0.32)

• Productos y Platos: 5.- La variedad de opciones de guarnición de los segundos platos. (+0.29)

En cambio, los resultados recogen estas otras áreas en las que la **satisfacción de los usuarios ha bajado:**

• Productos y Platos: 7.- La relación calidad-precio del café en la cafetería. (-0.78)

• Productos y Platos: 8.- La relación calidad/precio de los productos de la cafetería. (-0.72)

• Servicio: 10.- La rapidez y agilidad del autoservicio. (-0.41)

• Servicio: 11.- La relación calidad-precio de los servicios. (-0.34)

• Servicio: 12.- En cuanto a la atención que le ofrecieron, valora la atención de sus solicitudes. (-0.30)

6. CONCLUSIONES

La satisfacción general puede considerarse positiva. Los mejores resultados se concentran en atención, rapidez y limpieza. Los usuarios continúan demandando mejoras relacionadas con precios, variedad de la oferta y equipamiento de la cafetería.

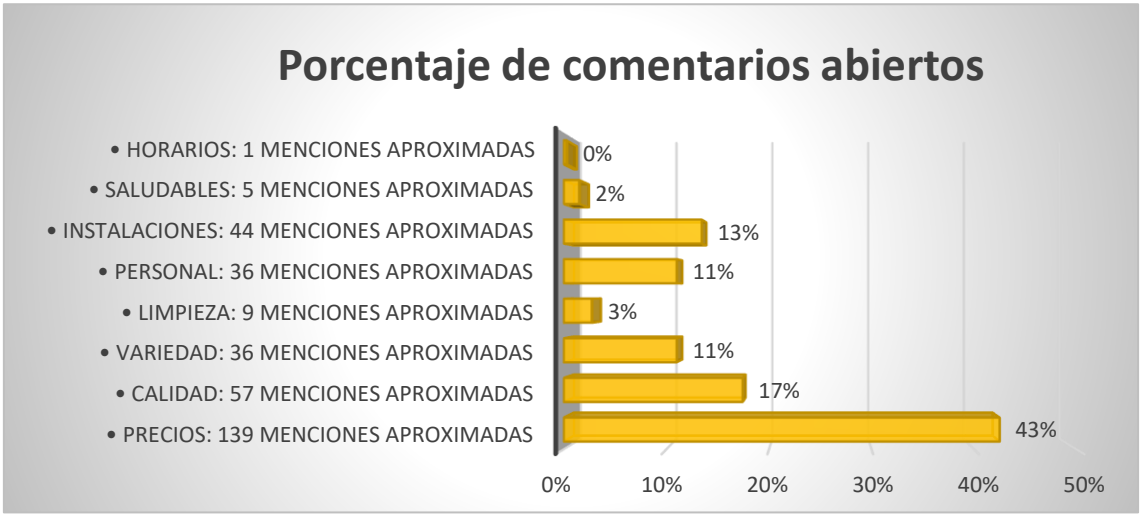
7. OBSERVACIONES

Además de responder a las 16 preguntas que componen la encuesta, los usuarios disponían de un espacio para incorporar comentarios, sugerencias de mejora y observaciones adicionales sobre el servicio.

En comparación con cursos anteriores, el número de comentarios recibidos ha disminuido de forma significativa. Esta reducción puede interpretarse como un indicador de una mayor satisfacción de los usuarios con el servicio de cafetería de la Escuela, al percibirse un menor número de incidencias o aspectos susceptibles de mejora.

- ANÁLISIS DE COMENTARIOS ABIERTOS: SOLICITUDES MAYORITARIAS

	N.º de comentarios	Porcentaje del total
• Precios: 139 menciones aproximadas	139	43%
• Calidad: 57 menciones aproximadas	57	17%
• Variedad: 36 menciones aproximadas	36	11%
• Limpieza: 9 menciones aproximadas	9	3%
• Personal: 36 menciones aproximadas	36	11%
• Instalaciones: 44 menciones aproximadas	44	13%
• Saludables: 5 menciones aproximadas	5	2%
• Horarios: 1 menciones aproximadas	1	0%
N.º TOTAL DE COMENTARIOS	**327**	**100%**



Los comentarios reflejan una preocupación mayoritaria por el **aumento de precios** tras el cambio de concesionaria, **especialmente en el menú, los bocadillos y el café**, percibiéndose que la subida no ha venido acompañada de una mejora equivalente en la calidad, cantidad o variedad de la oferta. También destaca de forma recurrente **la falta de microondas**, las **largas colas** para utilizarlos y los **problemas de limpieza y mantenimiento asociados.**

Entre las principales demandas figuran la **mejora de la relación calidad-precio del menú**, una **mayor variedad de opciones alimentarias** (incluyendo alternativas para dietas especiales), el **refuerzo de la limpieza y el mantenimiento** de las instalaciones, así como **la ampliación y mejora** de los espacios de comedor. Asimismo, varios usuarios señalan la **necesidad de revisar horarios**, **sistemas de pago** y la **información disponible sobre productos y servicios.**

Como aspecto claramente positivo, existe un amplio consenso en **valorar muy favorablemente la atención, amabilidad y disposición del personal de cafetería**, considerado por muchos usuarios como uno de los principales puntos fuertes del servicio.

A continuación, enumeramos todas las observaciones aportadas en esta encuesta, resaltando las más destacables o numerosas:

Productos y platos

- Los precios de los cafés son demasiado altos, al final acabas recurriendo a los de máquina. Los microondas son insuficientes, se hacen colas larguísimas de gente y casi no calientan
- Mejorar la calidad de la comida, incluso si esto implica una subida en el precio.
- MUY CARO para lo que es. 7 euros es muchísimo. El pescado siempre está poco bueno, muchas espinas y un poco raro. Que te cobren el kétchup me parece de risa. Que sólo te den una servilleta me parece de risa. Vale que la gente a veces cogía muchas, pero, dos, ¿tres servilletas por favor? Son muy finas y con una no te da para nada.
  Añadiría opciones de pescado para los bocadillos (sardinas, caballa, etc.).
  Que vuelva el bocadillo de tortilla a 1,50€
  Comer juntos en el comedor de profesores con Tupper y menú servido.
- El precio del menú y el café ha subido demasiado.
- Es lamentable cómo el menú cada vez sube más de precio, disminuyendo la calidad de la comida (aún más cuando se compara con los servicios de catering de otras escuelas), la cantidad y la variedad. El formato es siempre pasta rancia y pasada, algo con verduras en dudoso estado y un plato de cuchara que a menudo es lo único pasable. De los segundos normalmente solo se salva uno que se agota porque es lo único comible del menú. TODO ELLO POR 7 EUROS EN UNA UNIVERSIDAD PÚBLICA. Simplemente lamentable.
- Incluiría más opciones de comida (bollería) en la promoción de desayunos y/o bajaría los precios de los bollos (las napolitanas son carísimas)
  Dada la alta demanda en hora punta, más microondas vendrían bien.
  Los precios, por Dios, la comida es malísima ha subido un euro. Todos los bocadillos ahora son mucho más caros, por favor.
- Disminuir el precio y aumentar la cantidad, especialmente en los bocadillos y menús. El aumento de calidad no compensa el aumento de precio exagerado y la disminución de cantidad en los productos. Los bocadillos han aumentado mucho su precio pero su tamaño ha disminuido.
- Casi no hay opciones veganas reales. Además, un día pedí un producto solo con kétchup porque soy alérgica al huevo y a la leche y me lo pusieron con mayonesa porque cuando me preguntaron "¿Salsas quieres?" y dije "Sí, kétchup". Además, más de una vez me han tenido que rehacer el café porque lo pido con leche de soja y se les olvida. Deberían tener más cuidado con las alergias y preferencias alimenticias. Las opciones veganas en el menú son imaginarias a menos que quieras una ensalada y a veces lleva huevo o atún, no hay nada que solo sean verduras y para el precio que tienen podrían poner legumbres a la jardinera e indicar los alérgenos del menú porque es muy cansado preguntar o saber que no vas a poder comer en la cafetería. Además,

tampoco hay pastelería sin huevo y leche. No soy celiaca pero creo que tampoco hay opciones sin gluten. Para una minoría cada vez más grande es muy complicado poder desayunar sin sentirte raro o mal aquí.

- Que hubiera más tipos de raciones, algún aperitivo en general, ... Sé que logísticamente es difícil pero mayor variedad de bocadillos y sándwich. Ofertas para grupos de chavales del tipo 3x2 en bebidas con raciones. Visualización mayor de los bonos de comida, algún cartel más grande y explicando un por en qué consiste, precio, pérdida, etc... Mejorar el tamaño de la cartelería
- Hay demasiado ruido, la calidad de la comida es mala, el precio es caro. No hay suficiente información de los precios y productos o servicios
- Con este nuevo cambio la cafetería ha mejorado bastante. Las tazas, vasos y cubiertos están más limpios que antes y hay gran variedad de aperitivos para picar con el café. Aun así aumentaría los aperitivos salados, escasean mucho. La mayoría es dulce, galletas, bollos... Por lo demás, no tengo queja.
- Han cambiado de empresa y han subido los precios de todo, pero la calidad y cantidad es la misma. De todas formas comparado con otros comedores está buenísimo y hay variedad, entiendo que hay inflación y aun así es más barato que comer fuera. Estoy muy contenta (además los trabajadores son majísimos).
- La calidad de la comida.
  Variedad en guarniciones, más guisos y precio del menú
- El café. Muchas personas me han comentado que él café todavía está mal aunque la comida ha mejorado mucho.
- Hay microondas que no funcionan, por lo que convendría cambiarlos, ya que por esa razón se forman colas para calentar la comida. No hay mucha ventilación, por lo que en muchas ocasiones huele a concentrado. No me queda claro y me parece muy lioso lo de las pantallas. ¿Hay que usar únicamente las pantallas para pedir y luego enseñar el ticket en la barra? ¿Se puede también pedir directamente en la barra? Yo creo que estaría bien aclararlo algo mejor para tenerlo más claro.
- Quitar el pan de los pinchos de tortilla y bajar el precio
- Bajad los precios y sed un poquito más cuidadosos, que en otras universidades al menos te cortan bien el tomate.
- Cambiar los microondas y al menos limpiarlos una vez a la semana, suelen estar muy sucios. Con el cambio del servicio han subido mucho los precios. Es indignante que no te puedan dejar unos cubiertos para comer tu comida si se te olvidan en casa. Que sea subterránea resta mucho, es agobiante y muchas veces no es cómo estar.
  Poder pagar con dinero efectivo, nunca hay cambio
- Precio y alargar las horas de menús
  Mejoraría precios más baratos, más microondas para que no se formen colas tan largas y mayor limpieza de las mesas, microondas y suelos.
- Poner arroz o puré de patatas de guarnición más a menudo, revisar los precios.

Ponen menos comida en los menús, los microondas están sucios.
Añadiría, de ser posible, más microondas, ya que a la hora de la comida, todos los estudiantes que traen su comida para calentarla los colapsan, creando esperas de 15-20 minutos.
Los microondas, el precio del menú y del café, una zona con mesas al aire libre, muy mal ubicada en el sótano.
El queso es terrible, la mayoría de los croissants no están terminados de hacer por dentro, la cantidad de comida que ponen en el menú ahora es menor.
Más microondas si se pudiera
La comida del menú semanal

- Poner más microondas por favor. No haber subido el precio del menú... entiendo que es un tema de beneficio pero ¿haber pasado de 6 a 7? es una gran subida.
  Más microondas, más cantidad de comida, BAJAR LOS PRECIOS
  Las mesas para túper de la zona de profesorado son muy escasas, siendo imposible en muchos casos utilizarlas. En cambio, el comedor de la zona de profesores siempre tiene mesas libres.
- Los precios
- Los microondas sé que no dependen de la cafetería pero se encuentran en sus instalaciones, entonces comunicar que los microondas a los que los estudiantes tienen acceso no funcionan, se sobrecalientan y dudo de la salubridad en su uso, además de estar bastante sucios (por la mala convivencia de sus usuarios). Y me parece que no debería haber la tan notable distinción que existe entre las salas de personal docente e investigador y el resto de la cafetería, ya que todos somos parte de la misma universidad. El precio del medio menú con segundo plato (5,3€) me parece exagerado y excesivo en comparación con el precio del menú completo (7€).
  La calidad de los productos ha mejorado mucho con el cambio de contrata. Sin embargo está empeorando de nuevo. Por ejemplo, el beicon es ahora una especie de engrudo artificial.
- La calidad de los productos. Ha habido una subida de precios recientemente pero la calidad incluso es menor que antes. Sobre todo el café.
- La calidad de la comida del autoservicio ha aumentado el precio una barbaridad mientras que la calidad sigue siendo la misma o incluso peor. También en la cafetería han aumentado los precios sin dar ningún tipo de servicio mejor. Además, algunos precios de cafetería no están actualizados en la web de la ETSIAE, siendo estos más caros en la realidad que lo que marca en la web. En general creo que se pueden mejorar muchas cosas.
- Precios
  Baños. Luz. Microondas.
  Que vuelva a 1'50 el bocata de tortilla, o al menos q lo pongan a dos pero que no lo dupliquen
- Las sillas de la cafetería que fueran de mismo modelo. Más servilleteros en las mesas.

Pondría más mesas para Tupper en cafetería de personal.
Los precios han subido demasiado cuando el servicio es exactamente el mismo.
Que cierren la parte del comedor a las 15 es muy incómodo porque muchas veces nos corta en mitad de la comida. debería estar al menos hasta las 16

- La limpieza de las tazas de café y de las cucharillas. Con el cambio de contrata mejoró temporalmente. A día de hoy vuelven a estar sucias.
- Precios más bajos.
- Los microondas están sucios todos, no se lavan o al menos solo se lavan cuando ya han sido usados con suciedad. Hay pocos microondas, en hora punta hay que esperar del orden de 30 minutos para calentar la comida. El servicio de los nuevos empleados es mucho peor que el de los anteriores, y recalco, mucho peor: prisas, malas caras, bordes, etc. Es como si no trabajaran a desgana. Los anteriores trabajadores te sonríen, te atendían de la mejor forma posible y si tenían prisa se disculpaban por el servicio. Un "downgrade" histórico de la cafetería al cambiar los miembros del staff que atienden a los alumnos.
  Los precios, muy caro.
  La verdad es que, por poner un ejemplo, el menú ha perdido en lo que a cantidad-calidad-precio se refiere. Con la antigua empresa que llevaba la cafetería, se comía más y mejor por menos dinero. Entiendo que iban a subir los precios porque todo se está inflando, pero que sirvan menos y a veces en peor calidad que antes, pues me choca un poco.
- Mejoraría la forma de pago, en ocasiones no hay nadie en la caja y se generan tapones. También la visibilidad del menú (lo pondría en más sitios). La limpieza de los microondas deja mucho que desear así como la de las jarras.
  Recuperen a Norma, Fer y Alfonso
- Sales oliendo bastante a fritanga. Añadiría como oferta productos del estilo quiosco, por ejemplo, bolsas de snacks (patatas, nachos...) o dulces (gominolas, KitKat...) ya que en las nuevas máquinas expendedoras no queda nada de eso. Muchos platos de carne blanca del menú de autoservicio están menos hechos de lo que deberían llegando al nivel bastantes veces de decidir no comer el segundo plato por miedo a contraer alguna intoxicación alimentaria.
- La cafetería no es mala en sí y los productos como café o bocadillos son correctos. El grave problema que necesita inmediata solución es el menú. Como alumno que ha estado en todas las cafeterías de ciudad universitaria sin duda es el peor menú y con diferencia. La calidad de la comida es horrible, la cantidad mínima y el precio desorbitado. No se pueden servir carnes en ese estado, pasta y arroz pasados y además el pan duro y descongelado que ha cogido sabor de lo que sea que mantienen congelado junto al pan. Por favor, lo del pan es para soltar una reclamación, es muy grave.
  El café, tiene una calidad bastante baja y con la subida de precio no tiene sentido. Además, hacer bonos de desayunos con barritas de tomate y café en vez de solo con bollería (algo más sano).
- Los precios han subido mucho en la cafetería hay productos que han subido de un día para otro 0.50 o incluso 1.50, es un poco desproporcionado. Que no se

cierre la zona de cafetería para empleados puesto que en la zona de alumnos hay mucho ruido y está muy concurrida.
Más y mejores microondas para la hora de la comida. El autoservicio no es eficaz, no agiliza las operaciones y el servicio en barra ya era suficientemente bueno
Solicitaría que se permitiese llevar Tupper a la zona de comedor del PDI, así los compañeros que ahora cogen bandeja podrían aprovechar el servicio.

- El precio del bocata de tortilla y el menú La calidad del café El mobiliario Ponerla fuera del sótano. Que la carne, pero sobre todo el pescado no esté crudo cada dos por tres.
- El precio
- Las raciones deben ser un poco más grandes, a veces se sabe que va a sobrar comida y sin embargo no aumentan.
  La relación calidad-precio de los bocadillos es desorbitada. Un bocadillo simple de lomo con queso cuesta 3.50€ mientras que un plato combinado cuesta 5€. Los bocatas deberían ser mucho más baratos, entre 1.50€ y 2.50€ como mucho. En cuanto al menú, desde que se cambió la empresa que prepara las comidas, el precio ha subido de 6 a 7 euros y la calidad y cantidad de comida no ha mejorado, por lo contrario, en mi opinión es de peor calidad.
- El precio general
- El hecho de que haya 3 microondas para la cantidad de alumnos que somos es preocupante, muchas veces hay que comerse la comida fría por no hacer una cola de 30 minutos.
- La rebaja de los precios en sus productos.
  Opciones veganas de calidad, variadas y saludables. Incluyendo fuentes de proteína vegetal (legumbres, tofu, seitán, tempe...) Un salmorejo y una ensalada mixta sin huevo no es un menú vegano de calidad. Aparte de ser un menú muy inclusivo, es más sostenible y saludable que un menú no vegano. Pero sobre todo, es libre de sufrimiento y explotación animal.
  Que vuelvan a bajar los precios. Todo cuesta casi el doble de lo que costaba cuando entré en primero de carrera.
  Ha habido un aumento demasiado grande de los precios, hay cosas que ahora valen hasta el doble. Entiendo q se deba subir algo, pero somos estudiantes no tenemos mucho dinero y asumir el doble de gasto al mes hace q bajen las consumiciones.
  El sueldo de los camareros.
- Nos echan del comedor (salimos de clase a las 3 casi).
  La cantidad y calidad de la comida no difiere tanto con el anterior servicio como para mantener los precios de la comida, especialmente en bollería y café.
  La cantidad y calidad de la comida no difiere tanto con el anterior servicio como para mantener los precios de la comida, especialmente en bollería y café.
  Los precios han subido más que la calidad por lo que la relación ya no es tan buena como antes
  El mobiliario es bastante mejorable.

Mas microondas, no puede haber tan pocos, para tanta gente. Dejar usar la cubertería que come con Tupper. Calidad del café Variedad de los productos

- El hecho de que los precios han subido respecto a los que había previos al cambio de empresa no refleja el aumento de calidad de los productos. Desde la experiencia personal puedo confirmar que tanto yo como un gran número de conocidos hemos dejado de consumir en esta cafetería por esta causa, optando por traer comida de casa o irnos directamente a otra cafetería.
- El hecho de que la cafetería sea subterránea quita varios puntos, aunque bueno, intuyo que poco se puede hacer al respecto. En cuanto al menú pondría énfasis en la calidad de los productos empleados, agradeciéndose que se realizara con un poquito de cariño, pues se notaría de cara al consumidor.
  Rebajar el precio o más cantidad de comida en el menú. Ponen muy poca cantidad de comida para 7 euros.
  Amabilidad, los de la nueva empresa son bastante más desagradables que los de la anterior. Muy decepcionante que te cobren suplemento por bebida vegetal en una cafetería publica, cuando si te sienta mal la leche es una necesidad de salud. Es un servicio que tienen que dar, y los de la anterior empresa no lo hacían.
  Cantidad de comida en los menús
  Más microondas y mejorar la tortilla
  Mejoraría la limpieza y bajaría los precios de las cosas de la cafetería, en especial el mixto huevo, que ha subido mucho de precio tras el cambio.
- Los precios, demasiado altos en comparación con otras universidades
  Bajen el precio al mixto huevo
- Me parece que los horarios de la cafetería no son adecuados, pues hay gente que debe quedarse hasta más tarde y no pueden comer ni beber nada porque la cafetería ya está cerrada. El resto lo veo bien, bastante amables y la comida bastante buena.
- Al cambiar de empresa de comida los precios han subido notablemente mientras que la calidad y cantidad se han visto afectados negativamente. Mejoraría los precios, por ejemplo volviendo a los anteriores.
- Han subido el doble los precios manteniendo calidad y cantidad
- Bajar el precio del café otra vez a 1€ antes costaba eso y estaba más bueno que ahora. Estaría bien más tipos de guarnición de segundo planto como por ejemplo puré de patata, etc. como ocurría antes
  Mejoras en los menús semanales. No es normal subir 1 euro y que los segundos platos sean iguales o incluso peores, además de que las guarniciones son las mismas siempre, y a falta de calidad, para colmo, falta de cantidad. Además, por favor, el mobiliario no sé cuánto tiempo llevará puesto pero hay sillas en las que apenas te puedes sentar de lo incomodas y pequeñas que son, las mesas me parece que deberían renovarse también aunque no es urgente.
- Todo está carísimo ahora. No son precios de una cafetería universitaria.
  Además, los microondas son súper antiguos, algunos ni calientan.
  Los precios, era una de las cafeterías más baratas de CU, ahora es desde que

han cambiado de dueños es de las más caras, el café croissant paso de 1.25 a 2.80. El menú un euro más caro cuando estas pagando por lo mismo, las instalaciones son paupérrimas.
Hace poco han cambiado de servicio y ahora todo es mucho más caro. La cafetería necesita muchos más microondas, no tiene sentido que una facultad tan grande tenga tan pocos, se forman colas de 20 minutos en hora punta. Hay poco espacio para los estudiantes, y muchos días ni siquiera puedes encontrar espacio para que se siente un grupo pequeño.
Dejar el precio a como estaba, no hay un cambio en la calidad, pero sí en el precio.

- La subida de precios no va de acuerdo con la calidad
- La subida de precios no va de acuerdo con la calidad
  Estando la barra totalmente vacía en horas bajas de la cafetería, podrían dejar pagar con tarjeta en barra sin que eso suponga el incremento del valor del producto. Parece que cobran de más por extender el brazo para coger el datáfono
- Bajaría los precios de los bocatas fríos y serviría una mayor cantidad de pasta en los menús
- La limpieza de los microondas
  Los precios. Antes el menú era más barato, y la calidad no ha mejorado. Los bocatas han duplicado su precio. Esto es un despropósito.
  Que el menú completo cueste 7, o el segundo plato 5,3 euros me parece un insulto, cuando ha disminuido la cantidad de comida en comparación con el anterior servicio.
- La limpieza de las mesas y de los microondas. Ampliar la zona de comedor para el personal que trae Tupper, ya que se ha reducido y a veces no hay sitio.
  La calidad de los productos es muy mejorable - Los nuevos precios en algunos productos son excesivamente altos para la calidad de los mismos, más teniendo en cuenta que es una cafetería de un campus
- Los precios
- Que vuelvan a bajar los precios a los que había antes
- Bajar los precios, somos estudiantes
- Precios altos y comida mala y escasa en comparación con menús más económicos y con mayor calidad ofertados en otras escuelas y facultades cercanas.
- No solo se dispararon los precios de un día para otro, sin cambiar casi nada el producto, sino que el nuevo personal no se sabe los precios y cobra lo que quiere. Las máquinas de autoservicio, más que inútiles, dificultan el proceso y ante su mal funcionamiento, de nuevo, el personal se lava las manos. Han sido incapaces de cobrarme en efectivo cuando les he dicho que en la maquina no se podía. Una vez intentaron cobrarme el doble de precio por un menú, ya que no se sabían el precio ni lo tenía a mano. Un simple documento con los precios. Es penoso como cambiaron totalmente la cafetería para peor, con subidas de

hasta el doble de precio en algunos productos que incluso, redujeron su tamaño.
Más opciones para alérgicos. Tener pan sin gluten. Café muy caro.
Cantidad de la comida de los menús escasa, y menú muy caro para lo que ofrecen. O bajar precio o echar más. Bajar el precio de los desayunos, son muy caros y de mala calidad.

- Han subido demasiado los precios , ya estaban bien antes.
  Comida más sana, no siempre tantos fritos y tanta salsa y que la ensalada sea más decente y la fruta mejor. Los microondas funcionan cuando quieren, hay días que estas 5 minutos calentando y la comida sigue fría, además las colas son larguísimas, se necesitan más microondas o estas más tiempo esperando a calentar que comiendo.
  Igualen el precio a las de otros campus como el de navales o agrónomos, que el precio del menú es 6,50€ y está más rico.
- El espacio existente en la zona de personal para la comida traída de casa es muy reducido, siendo habitual encontrarlo lleno. Este aspecto se combina con el no poder compartir el servicio en mesa con personas que traigan su propia comida, llevando a que se llene aún más esa zona al decidir no usar el servicio en mesa sino de bandeja del autoservicio para no dividir al grupo.
- La subida en los precios sin una mejora evidente en la calidad/servicio/variedad hace más rentable comer en otras cafeterías.
  Los precios me parecen excesivos en alguna de las opciones, sobre todo del café y de las tostadas con tomate y jamón.
  El precio de todos los productos, son demasiados caros
  Los precios que sean como antes
- Volver como antes
  La calidad de los platos y la cantidad de estos ha empeorado significativamente desde la nueva gestión. El trato del nuevo personal de barra ha caído en picado, una lástima. Los empleados de la cafetería echan a los usuarios de la sala del comedor muy pronto mientras comemos, como a las 15:00. Es muy pronto, solemos terminar clases poco antes.
- Haría un autoservicio de verdad e intentaría bajar el precio de algunos productos
  Que hubiera más espacio para el personal que lleva su propia comida Que en el espacio de los estudiantes hubiera menos eco, hay demasiado ruido Que estuviera en un lugar más ventilado y luminoso
- Los menús semanales
  Menú más barato. - Algún bono para 10 menús.
  Ampliar la zona de comedor para el personal que trae Tupper, ya que actualmente resulta insuficiente: solo hay dos mesas para todos los empleados que utilizan este espacio.
  La calidad de los productos y la variedad de los menús. A veces demasiados rebozados y fritos.
- El personal es lo mejor de lo mejor. Sin dar nombres por no dejar a nadie fuera,

tanto el personal antiguo como el que ha entrado nuevo da una atención excelente. La cocina ha mejorado mucho en cantidad y calidad de productos. La paella ha recuperado el sabor y a veces cuesta decidirse entre los segundos platos. El pescado está especialmente bueno, nunca seco (el pescado siempre ha estado muy bien hecho). La bollería ha mejorado mucho en variedad y en calidad. Los productos de plancha mejoraron al cambiar la contrata pero la calidad se está relajando. Por favor, no aflojéis ahí.

- El personal de cafetería es lo único que se salva. Todos muy agradables y siempre dispuestos a ayudar.
- Están aún aterrizando y no es lo mismo las necesidades de una cafetería en la calle que en una Escuela. Por mi parte hasta Septiembre tienen tiempo de mejora, luego ya.... Por favor os pediría que se cambiaran las sillas, la mitad están rotas, son "bailarinas", se engancha la ropa en los desconchones, ...
- Muy buen trato del personal de cafetería. Son muy amables.
- La calidad de la comida ha ido empeorando desde que llegó la nueva contrata. Empezó siendo aceptable, pero ha ido bajando progresivamente (filetes de pavo casi crudos, comida de días pasados en estado dudoso...). Esto, junto con el aumento de precio, hace que se me quiten las ganas de comer en la cafetería de la escuela. Por otra parte, el trato recibido por el personal es inmejorable.
- Personalmente no me gusta la tarjeta de papel que se usa como bono de 10 comidas, prefiero la forma de tarjeta que se va recargando ya que el cartón no me cabe bien en la cartera por lo que se va rompiendo al abrir y cerrar la cartera.
- Manolo y el cocinero de la plancha son top, y en general el personal de la cafetería muy agradables todos
- ¿Cómo puede ser que el precio de los bocadillos y del menú suba descaradamente en cuanto han cambiado de empresa? Y encima, productos de menor calidad y en menor cantidad. Lo del bocadillo de tortilla pasando de 1,50€ con buen pan y bien lleno a 3€ con pan blando y un cachito de tortilla es un clarísimo ejemplo.
- Bajad los precios.
- Tanto el señor que cocina los bocadillos y sándwiches como Manolo muy bien, son muy simpáticos y siempre tienen una sonrisa. Se agradece mucho, muchas gracias a los dos
- La variedad está muy bien. Y la atención es buena pero comparado con antes hay menos comida a mayor precio.
- El aumento de precios no ha supuesto una mejora de la calidad de los productos, deberían volver a bajar si se va a quedar el nivel así.
- Esta propuesta va dirigida principalmente a la dirección de la ETSIAE. Tras comentarlo con bastante gente, coincidimos en que la Escuela carece de espacios exteriores como patios o terrazas, algo que sí existe en otras escuelas como Navales o Arquitectura. Por eso planteo que se estudie la posibilidad de

habilitar una terraza exterior aprovechando la cubierta de la cafetería. El comedor actual está en un semisótano con muy poca luz natural, y una terraza permitiría crear un espacio más abierto y agradable, mejorando el ambiente para estudiantes y personal y pudiendo integrarse fácilmente con el servicio de cafetería. Además, ayudaría a aumentar las zonas comunes y de descanso, que ahora mismo son escasas. Solo pediría que se valore su viabilidad estructural y normativa

- Hay que felicitar a los trabajadores de la cafetería porque nos hacen más amena a toda la jornada y siempre tienen una sonrisa que regalar.
  La atención de camareros y cocineros es excepcionalmente buena.
- Alguna vez me han servido café con sabor quemado.
- El personal de cafetería es amable y muy servicial. Pero algo falla en la limpieza de la vajilla.
- El precio de bollería industrial y de algunos productos que requieren poca elaboración (bocadillos) me parece alto para una cafetería de universidad.
- Lo que ha subido de precios este año, no se corresponde con la subida de calidad
  Lo que ha subido de precios este año, no se corresponde con la subida de calidad
- Me parece muy poco generoso que se tenga que pagar unos cubiertos si un día se trae comida de casa, cuando uno es un consumidor habitual de sus servicios. Y además, creo q no debería ser (dejar cubiertos) un servicio de lucro de la empresa, ya que muchas veces los estudiantes están obligados a permanecer largas jornadas en la escuela.
- En general he notado un buen cambio con la subcontrata, aunque es verdad que si sube mucho el precio hay otras cafeterías (i.e. Navales), donde el precio del menú es más barato y la calidad es similar. A su vez, es necesario aumentar el número de puestos en la cafetería de personal para PDI que trae su comida desde casa. Antes había más huecos y había menos problema para comer, pero ahora a ciertas horas es imposible sentarse.
- El personal de la cafetería es excepcional.
- Quiero dejar constancia de la siguiente circunstancia, me encuentro con la casi exigencia de abonar cualquier servicio exclusivamente con tarjeta o móvil ya que no disponen habitualmente de cambio si pretendo abonar mi consumición con dinero. Entiendo que no es razonable abonar un café con un billete de 50 o incluso 20 euros, pero podrían ofrecer la posibilidad de abonarlo con un billete de 5 euros y que dispongan de cambio.
- Las cookies están muy buenas, ojalá las tuvieran más a menudo!
- La subida del precio con el cambio de contrata no se corresponde con una mejora en la calidad de los productos.
- Se han pasado con los precios
- Bajen el precio al mixto huevo

- Las subidas de precio tras el cambio de contrata, aunque justificadas dada la situación actual y la inflación, no han sido para nada uniformes. Me parece asumible que el menú pase a costar un euro más, ya que incluye dos platos, pan y postre; pero que productos como los bocadillos de tortilla (que antes tenían un precio de 1,50€) o el combinado de café + croissant (que costaba 1,25€) pasen ahora a costar 3€ en el primer caso y 1,2€ sólo el café no me parece de recibo para nada. Si se suben los precios, por favor, que se suban de manera uniforme en todos los productos.
- Precios elevados
- Proporcionar desinfectantes para las mesas del comedor, ya que no es agradable llegar y tener que comer sobre tanta suciedad acumulada por no hablar de los restos de comidas que se puedan dejar
- Bajad el precio.
- El pollo y las carnes blancas HAY QUE COCINARLAS BIEN, porque siempre las hacen poco y están de color rosa por dentro, lo que puede ocasionar alguna enfermedad. Espero que se tenga en cuenta. Gracias
- La atención del personal es atento y amable, de lo mejor que tiene la cafetería.
- Las guarniciones patatas/ensalada son ya un clásico, que a todas luces es insuficiente en variedad. Podrían acompañarse de ensalada de col o arroz (como se ha hecho en ocasiones), o de legumbre sin carne (para vegetarianos que buscan complementar un menú ya difícil para ellos). Se agradece que ahora se cuide más la calidad de la fruta expuesta.
- Precios demasiado caros para lo q se ofrece
- El menú de ahora es infinitas veces mejor que el de antes. El euro de diferencia merece la pena, la comida esta buenísima y se nota una gran diferencia de calidad con la de antes. Pero los postres pueden mejorar, hay días que son lo más y otros que dejan mucho que desear.
- Los camareros atienden muy bien, destacando la atención del portugués.
  La amabilidad, eficiencia y profesionalidad del personal de cafetería son lo más destacable. Además, el cambio de empresa adjudicataria ha supuesto una mejora notable, tanto en la calidad y variedad de los productos como en la limpieza, la cubertería y la vajilla.

Servicio

- Aumentar la zona de Tupper del comedor de personal. Una mesa más. No hace falta tantas mesas para el restaurante
- La amabilidad con la que atienden algunas personas en barra. Nunca está de más una sonrisa.
- Ampliar la zona de personal de Tupper
- Las personas que trabajan allí ahora son mucho más amables que las de antes. Don simpáticos que para mí es importante.
- El personal es siempre amable y eso se aprecia mucho.

- Los camareros son muy atentos y amables
- El personal es siempre muy amable, atento y hacen su trabajo lo mejor que pueden, ojalá sigan así
- Poner más microondas y LIMPIAR las jarras de agua. No cobrar por los cubiertos.

Instalaciones, mobiliario y equipamiento

- Los microondas, aunque hay 4 a veces se hacen pocos y algunos no calientan (la última vez que probé)
- Buscaría la viabilidad de añadir una zona de terraza o al aire libre. Ya que los alumnos pasamos poco tiempo al día con luz natural entre las horas de clase y de biblioteca.
- que tuviera ventanas al exterior
- Las sillas, no son estables.
- Muchas de las sillas están en un estado lamentable, y por supuesto la ubicación, la falta de luz natural es deprimente.

Otros

- Mas microondas
- Mobiliario
- Se ha observado una mejora respecto a la contrata anterior
- Mixto huevo a 1.80
- Que no nos ponga problemas por abonarlo en efectivo.
- Al cambiar la contrata, la diferencia se ha notado desde el primer momento. Ha mejorado muuuuuuuucho. Muchas gracias.
- Las instalaciones deberían mejorarse y hacerlas más confortables.
- Mas microondas
- Caro. Demasiado caro
- Muy mal.
- Muy fan de los nuevos combos, el 4 es TOP
- Enhorabuena a la nueva contrata por el cambio tanto a nivel de calidad y variedad de producto como en el trato hacia el cliente.