



Satisfacción de los viajeros de autobuses urbanos de Oviedo



ÍNDICE

Introducción

Objetivos

Metodología

Principales resultados

 Perfil del viajero

 Satisfacción con el servicio

 Importancia componentes del servicio

 Satisfacción y recomendación de la empresa

Anexos de comentarios/observaciones del usuario

Introducción

El informe que se presenta a continuación recoge los resultados de la Evaluación de Calidad de Servicio Percibida por el usuario de autobuses urbanos que se realiza anualmente en el municipio de Oviedo.

QUOD Solutio consultora con dilatada experiencia en el sector transportes, ha realizado este estudio en el año 2018 y 2019. Desde QUOD Solutio contamos con la experiencia en este sector habiendo realizado Estudios Evaluación de Calidad Percibida en el transporte urbano, interurbano y de largo recorrido para numerosas compañías de transporte de viajeros. *(Referencia de clientes al final del estudio)*

Objetivos

El objetivo general de este estudio es conocer la satisfacción de los viajeros de las líneas de autobuses de Oviedo y su evolución con respecto a los datos obtenidos en el año anterior.

Este objetivo general se desarrollo en los siguientes objetivos parciales:

- Caracterización del viajero.
- Conocimiento de la satisfacción global de los viajeros con el servicio.
- Análisis de la satisfacción e insatisfacción en función del tipo de viajero entrevistado.
- Valoración emitida por los entrevistados sobre los principales componentes del servicio, considerados claves para el análisis de la calidad percibida del servicio por parte de los viajeros.

Metodología: Ficha técnica

Los principales puntos que definen la ficha técnica del estudio son:

Universo	Viajeros de las líneas de autobús urbano de Oviedo
Ámbito	Municipio de Oviedo
Recogida de información	Entrevista personal realizada en la parada o a bordo de autobús. La entrevista personal se realiza con un cuestionario on line que agiliza la recogida de datos.
Control de calidad	Se supervisó el trabajo de todo los entrevistadores a través de la aplicación on line que permite control de tiempos y líneas de trabajo.
Tamaño de la muestra	Se realizaron un total de 201 encuestas.
Limpieza de datos	Se ha aplicado una fase exhaustiva de comprobación de datos y no se han eliminado entrevistas en lo que respecta a la valoración de satisfacción.
Fechas de recogida	La recogida de información se llevó a cabo entre los días 5 y 12 de noviembre de 2019.
Error muestral	El error muestral partiendo de los criterios de muestreo aleatorio simple para un universo infinito al 95% de confianza y en el caso de mayor incertidumbre ($p=q=50\%$) es de $<7\%$.

Metodología: muestra

Distribución de las entrevistas por línea

NOMBRE DE LA LÍNEA	Nº DE ENCUESTAS 2019	VIAJEROS ACUMULADO 2019	PROPORCIÓN DE VIAJEROS POR LÍNEA
C – Lugones / Facultades	62	2.542.315	31%
D – Facultades / Parque Principado	18	720.818	9%
E - La Monxina / Las Campas	30	1.209.707	15%
F – HUCA / Naranco / Campillín / HUCA	16	649.604	8%
G – Puerto / Monte Cerrao	4	121.366	2%
H – Parque Principado / Catedrático Serrano	40	1.671.968	20%
J – Otero / San Claudio	18	751.636	9%
L – San Andrés / Tudela Veguín	13	490.701	6%
Total	201	8.158.115	100,00%

Metodología: tratamiento de la información

Muestra
proporcional en
función del
número de
viajeros por
línea.

Análisis
bivariable,
regresiones,
obtención de la
importancia.

Todos los resultados del informe son el resultado de las valoraciones de viajeros por línea con una muestra proporcional al número acumulado de viajeros en el año 2019.

Se han calculado regresiones en cascada siguiendo la estructura de aspectos que componen el servicio, para obtener el grado de influencia de cada aspecto en la satisfacción general, y así crear una nueva variable de análisis que denominamos IMPORTANCIA.

Metodología: las variables de análisis

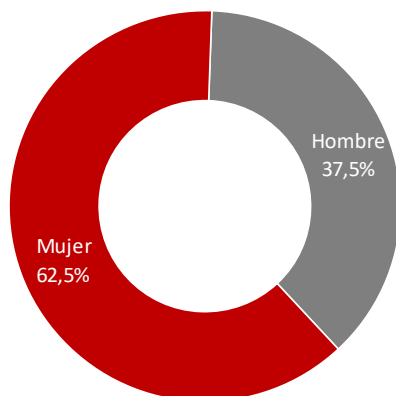
En la lectura de la información en función de las variables de análisis, siempre es necesario contemplar las bases de cada segmento analizado, es decir, el número de entrevistados de cada uno de los subgrupos. A continuación presentamos el número de individuos que componen cada grupo.

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	75	37,5%
Mujer	125	62,5%
Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 21 años	29	14,5%
22 a 30 años	37	18,5%
31 a 45 años	42	21,0%
46 a 65 años	65	32,5%
Mayor de 65 años	27	13,5%
Frecuencia semanal	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 2	67	33,3%
De 2 a 4	26	12,9%
De 5 a 9	48	23,9%
10 o más	60	29,9%
Motivo	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	65	32,3%
Estudios	30	14,9%
Ocio /visitas	44	21,9%
Compras	30	14,9%
Médico/Hospital	14	7,0%
Otros	18	9,0%

Principales resultados: Perfil de los viajeros

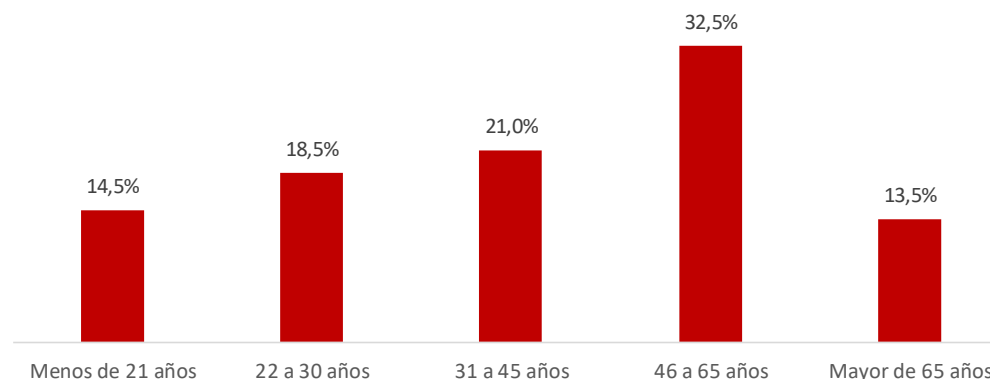
Género

Base: muestra total



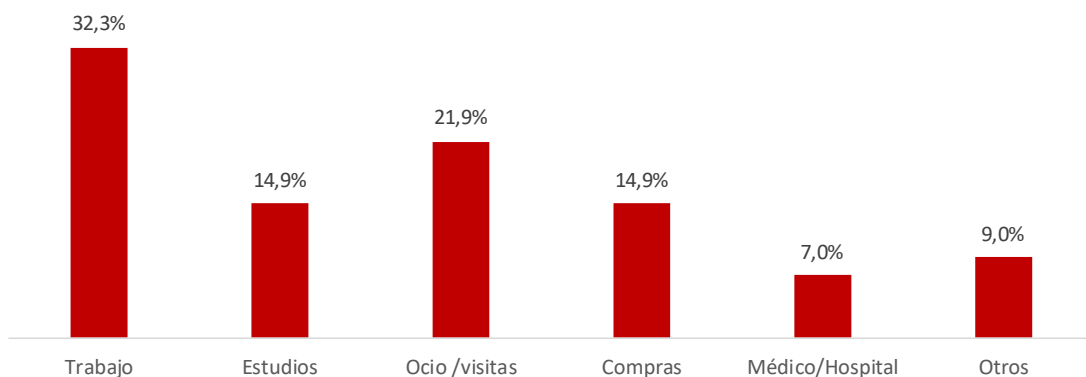
Edad

Base: muestra total



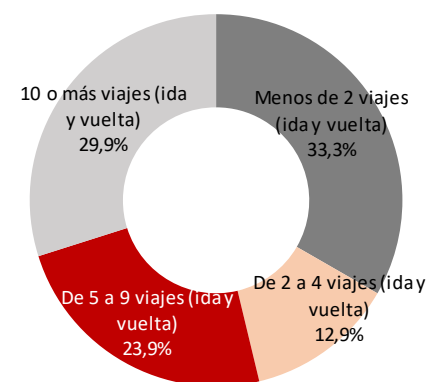
Motivo de viaje

Base: muestra total



Frecuencia de uso semanal

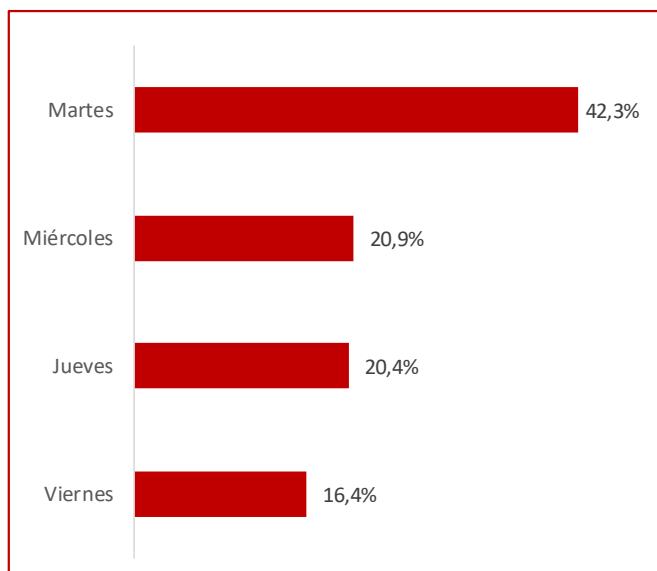
Base: muestra total



Principales resultados: Perfil de los viajeros

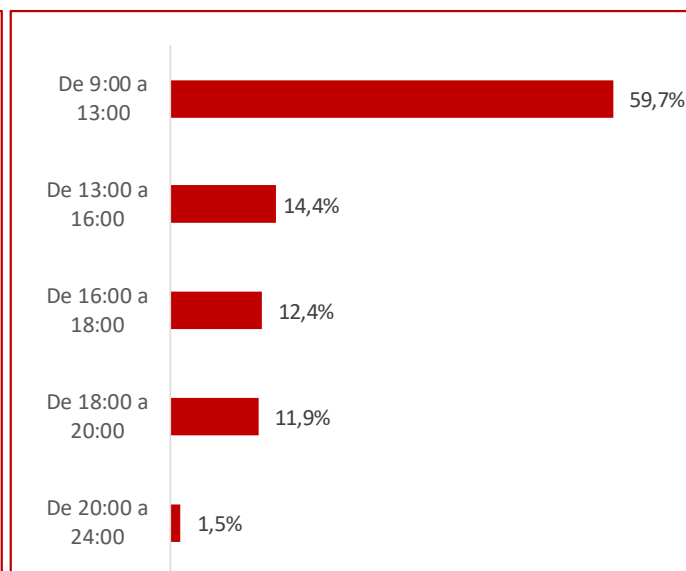
Día de la semana

Base: muestra total



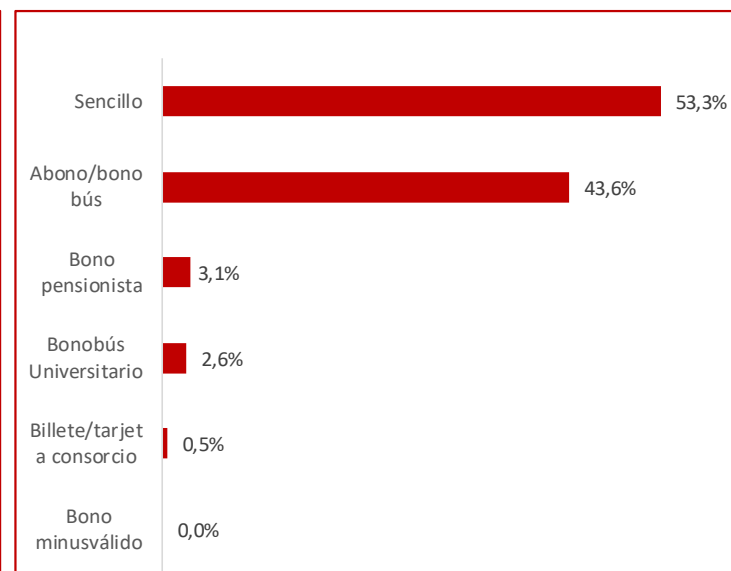
Hora

Base: muestra total



Tipo de billete usado

Base: muestra total



Satisfacción con el servicio: esquema de valoraciones y evolución

¿Cómo valoraría Vd., en la escala de 0 a 10, su nivel de satisfacción con cada uno de los atributos que forman parte del servicio ofrecido por la empresa de transporte?

ASPECTOS	2019	2018	18-19
Puntuación directa de satisfacción general	7,96	7,94	
ASP. DEL VIAJE, FUERA DEL AUTOBUS	7,9	8,2	
Servicios de atención al usuario	7,8	8,4	↓
Avisos de incidencias en el servicio	7,4	7,5	
Servicio de objetos perdidos	8,3	8,6	
Facilidad de contacto con la empresa	8,6	8,4	
SERVICIOS AUXILIARES DE LA EMPRESA	8,2	8,4	
Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	8,0	8,6	↓
Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	8,3	8,7	
La información de horarios y frecuencias en las paradas	7,0	8,2	↓
Conexión con otros medios y entre líneas	7,1	8,1	↓
Diseño de recorridos de las líneas	7,8	8,3	↓
Amplitud de la red de autobuses	8,0	8,7	↓
La información de recorridos/líneas en las paradas	7,7	8,5	↓
Cercanía a la parada	8,8	8,6	
LA RED (líneas/Paradas)	8,0	8,6	↓
Precio de los billetes	6,5	7,6	↓
Variedad de tipo de tarifas	6,1	7,9	↓
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	7,8	8,2	
TITULOS DE VIAJE (Billetes)	7,0	8,0	↓

ASPECTOS	2019	2018	18-19
Puntuación directa de satisfacción general	7,96	7,94	
ASP. DEL VIAJE, EN EL AUTOBUS	7,9	8,3	
La información dentro del autobús	8,1	7,6	↑
La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	8,6	8,7	
La limpieza general interior de los autobuses	8,7	8,6	
Identificación del nº de línea bien visible	8,1	8,5	
Comodidad del viaje por número de viajeros	8,0	8,4	
Calefacción y Aire Acondicionado	7,5	8,6	↓
EL AUTOBUS	7,9	8,6	↓
Información correcta y adecuada	8,9	8,4	↑
Aspecto e imagen del conductor	9,0	8,7	
Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	8,7	8,0	↑
Trato adecuado a los usuarios	8,9	8,3	↑
EL CONDUCTOR	8,9	8,5	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	8,1	8,2	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	8,0	8,4	
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	7,8	8,3	
La duración del trayecto	7,8	8,1	
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	6,1	7,5	↓
Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	7,7	8,7	↓
TIEMPOS	7,6	8,3	↓

↑: AUMENTOS DESTACABLES +0,5 punto

↓: DESCENSO DESTACABLES -0,5 punto

Satisfacción con el servicio: estructura de la satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

INDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL
7,96

Aspectos del viaje fuera del autobús	Aspectos del viaje en el autobús
<p>7,8</p> <p>8,2</p> <p>8,0</p> <p>7,0</p>	<p>7,9</p> <p>8,9</p> <p>7,6</p>
<p>Serv. Aux de la empresa</p> <p>La red</p> <p>Títulos de viaje</p>	<p>El autobús</p> <p>El conductor</p> <p>Los tiempos</p>
<p>7,8</p> <p>7,4</p> <p>8,3</p> <p>8,6</p> <p>8,0</p> <p>8,3</p> <p>7,0</p> <p>7,1</p> <p>7,8</p> <p>8,0</p> <p>7,7</p> <p>8,8</p> <p>6,5</p> <p>6,1</p> <p>7,8</p> <p>8,1</p> <p>8,6</p> <p>8,7</p> <p>8,1</p> <p>8,0</p> <p>7,5</p> <p>8,9</p> <p>9,0</p> <p>8,7</p> <p>8,9</p> <p>8,1</p> <p>8,1</p> <p>7,8</p> <p>7,8</p> <p>6,1</p> <p>7,7</p>	<p>Servicios de atención al usuario</p> <p>Avisos de incidencias en el servicio</p> <p>Servicio de objetos perdidos</p> <p>Facilidad de contacto con la empresa</p> <p>Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas</p> <p>Accesibilidad en Marquesinas/Paradas</p> <p>La información de horarios y frecuencias en las paradas</p> <p>Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas</p> <p>Diseño de recorridos de las líneas</p> <p>Amplitud de la red de autobuses</p> <p>La información de recorridos/líneas en las paradas</p> <p>Cercanía a la parada</p> <p>Precio de los billetes</p> <p>Variedad de tipo de tarifas</p> <p>Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas</p> <p>La información dentro del autobús</p> <p>La limpieza general interior de los autobuses</p> <p>La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)</p> <p>Identificación del nº de línea bien visible</p> <p>Comodidad del viaje por número de viajeros</p> <p>Calefacción y Aire Acondicionado</p> <p>Información correcta y adecuada</p> <p>Aspecto e imagen del conductor</p> <p>Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)</p> <p>Trato adecuado a los usuarios</p> <p>La frecuencia y horarios de paso en días laborables</p> <p>Cumplimiento de horarios y frecuencias</p> <p>Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables</p> <p>La duración del trayecto</p> <p>La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana</p> <p>Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)</p>

* Se destacan en rojo los aspectos de mayor satisfacción

Satisfacción con el servicio: ranking de los aspectos del servicio

	2019	2018	DIF	
Puntuaciones superiores a 8,5 puntos	Aspecto e imagen del conductor	8,7	9,0	0,3
	Información correcta y adecuada	8,4	8,9	0,5
	Trato adecuado a los usuarios	8,3	8,9	0,6
	Cercanía a la parada	8,6	8,8	0,2
	La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	8,6	8,7	0,1
	Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	8,0	8,7	0,7
	Facilidad de contacto con la empresa	8,4	8,6	0,2
	La limpieza general interior de los autobuses	8,7	8,6	-0,1
Servicio de objetos perdidos	8,4	8,3	-0,1	
Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	8,7	8,3	-0,4	
La información dentro del autobús	7,6	8,1	0,5	
Identificación del nº de línea bien visible	8,5	8,1	-0,4	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	8,2	8,1	-0,1	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	8,4	8,1	-0,3	
Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	8,6	8,0	-0,6	
Amplitud de la red de autobuses	8,7	8,0	-0,7	
Comodidad del viaje por número de viajeros	8,4	8,0	-0,4	
Servicios de atención al usuario	8,4	7,8	-0,6	
Diseño de recorridos de las líneas	8,3	7,8	-0,5	
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	8,2	7,8	-0,4	
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	8,3	7,8	-0,5	
La duración del trayecto	8,1	7,8	-0,3	
La información de recorridos/líneas en las paradas	8,5	7,7	-0,8	
Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	8,7	7,7	-1,0	
Calefacción y Aire Acondicionado	8,6	7,5	-1,1	
Puntuaciones inferiores a 7,5 puntos	Avisos de incidencias en el servicio	7,5	7,4	-0,1
	Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas	8,1	7,1	-1,0
	La información de horarios y frecuencias en las paradas	8,2	7,0	-1,2
	Precio de los billetes	7,6	6,5	-1,1
	Variedad de tipo de tarifas	7,9	6,1	-1,8
	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	7,5	6,1	-1,4

COLOR VERDE: AUMENTOS DESTACABLES +0,5
 COLOR ROJO: DESCENSO DESTACABLES -0,5
 COLOR GRIS: NO DIFERENCIA

Satisfacción con el servicio

Los usuarios de los autobuses urbanos de Oviedo tienen una alta satisfacción con el servicio prestado con un **ÍNDICE DE CALIDAD DE SERVICIO DE 7,96** puntos de media, aumentando con respecto al año anterior.

En cuanto a los componentes del servicio se comprueba que obtienen la misma satisfacción los aspectos fuera del autobús o durante el viaje **(7,9)**.

FUERA DEL AUTOBÚS

Dentro de los aspectos fuera del autobús, los que obtienen una mayor valoración son aquellos relacionados con **Los servicios auxiliares (8,2)** aunque la puntuación más alta la obtiene un aspecto de la Red que es la *Cercanía de las paradas (8,8)*.

Los aspectos con menor satisfacción del componente fuera del autobús, son los relativos a los *títulos de viaje (7,0)* obteniendo la puntuación más baja *la variedad de tipos de tarifas (6,1)*.

DURANTE EL VIAJE

Con respecto a los aspectos dentro del autobús los que obtienen una mayor valoración directa son aquellos relacionados con el **Conductor (8,9)** y en concreto, la valoración más positiva la obtiene la *Imagen y aspecto del conductor (9,0)*.

Los aspectos con menor satisfacción del componente durante el viaje, son los relativos a los *Tiempos (7,6)*, obteniendo la puntuación más baja, *la frecuencia y horarios de paso en días festivos y fines de semana (6,1)*.

En general el Índice de Calidad de Servicio aumenta levemente pero descienden las puntuaciones de los componentes fuera del autobús y durante el viaje descienden con respecto al año 2018 y de las valoraciones contenidas en estas dimensiones (*Servicio auxiliares, La red, Títulos de viaje, El autobús y los Tiempos*). Tan solo se produce un aumento destacable en la puntuación relacionada con el *Conductor*.

Satisfacción con el servicio

Realizando un análisis del ranking de aspectos evaluados, se comprueba que los que obtienen mayor satisfacción son el aspecto de **imagen del conductor (9)**, **la información del conductor (8,9)**, **el trato del conductor (8,9)**, **la cercanía de las paradas (8,8)** **accesibilidad del autobús (8,7)**, **la suavidad en la conducción (8,7)**, **la facilidad de contacto con la empresa (8,6)** y **la limpieza de los autobuses (8,6)**.

Los aspectos con menor satisfacción son la **conexión con otros medios (7,1)**, **los avisos de incidencias (7,0)**, **la información de horarios en paradas (7,0)**, **el precio de los billetes (6,5)**, **la frecuencia en días festivos y fines de semana (6,1)** y **la variedad de tipos de tarifas (6,1)**.

En general los aspectos del servicio obtienen un descenso con respecto al año 2018 disminuyendo el 74,2% de los aspectos. Los descensos más importantes son los siguientes:

1. Variedad tipo de tarifas: disminuye 1,8 puntos
2. Frecuencia fines de semana y festivos: disminuye 1,4 puntos
3. Precio: disminuye la satisfacción en 1,1 puntos
4. Información de horarios en las paradas: disminuye 1,2 puntos
5. Calefacción/Aire acondicionado: disminuye 1,1 puntos

El 25,8% de los aspectos han aumentado su satisfacción. Los aumentos más importantes son los siguientes:

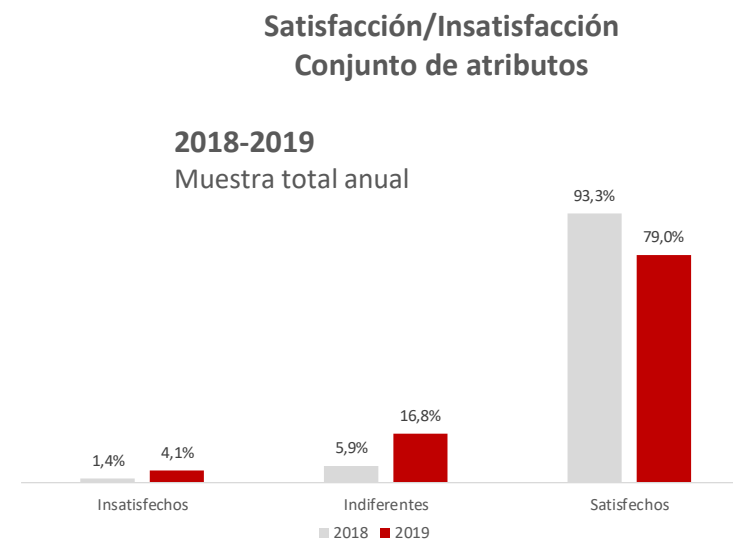
1. Suavidad en la conducción : aumento 0,7 puntos
2. Trato del conductor: aumento 0,6 puntos
3. La información dentro del autobús: aumento 0,5 puntos
4. Información correcta y adecuada del conductor: aumento 0,5 puntos

Satisfacción con el servicio: análisis evolutivo de la insatisfacción/satisfacción

	% de insatisfechos (0 a 3)		% de satisfechos (7 a 10)	
	2019	2018	2019	2018
Servicios de atención al usuario	1,9%	0,0%	71,2%	95,7%
Avisos de incidencias en el servicio	6,9%	4,5%	65,5%	81,9%
Servicio de objetos perdidos	0,0%	0,0%	78,6%	97,3%
Facilidad de contacto con la empresa	0,0%	1,4%	87,5%	97,1%
Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	0,5%	1,0%	85,1%	99,0%
Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	2,0%	0,0%	85,4%	97,6%
La información de horarios en las paradas	10,5%	3,9%	63,5%	91,6%
Conexión con otros medios y entre líneas	11,4%	1,7%	65,9%	91,4%
Diseño de recorridos de las líneas	4,5%	1,5%	77,5%	93,6%
Amplitud de la red de autobuses	1,5%	0,0%	86,1%	99,0%
La información de recorridos/líneas en las paradas	6,0%	1,0%	79,1%	96,6%
Cercanía a la parada	1,5%	0,0%	90,5%	99,0%
Precio de los billetes	11,1%	1,0%	52,3%	77,1%
Variedad de tipo de tarifas	14,3%	2,5%	47,4%	90,2%
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	4,1%	1,2%	78,8%	92,9%
La información dentro del autobús	2,5%	4,4%	82,4%	82,0%
La limpieza general interior de los autobuses	2,0%	0,0%	87,5%	98,6%
La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	2,0%	0,0%	87,5%	97,1%
Identificación del nº de línea bien visible	2,5%	1,0%	86,0%	96,7%
Comodidad del viaje por número de viajeros	3,0%	0,5%	84,0%	96,7%
Calefacción y Aire Acondicionado	2,5%	0,0%	75,8%	98,6%
Información correcta y adecuada	0,5%	1,1%	95,5%	96,3%
Aspecto e imagen del conductor	1,0%	0,0%	96,5%	97,6%
Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	2,5%	1,5%	91,0%	87,3%
Trato adecuado a los usuarios	0,5%	1,0%	96,0%	92,3%
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	4,5%	2,9%	80,9%	93,7%
Cumplimiento de horarios y frecuencias	3,6%	1,0%	81,6%	94,7%
Hora de inicio/finalización del servicio laborables	4,8%	0,6%	82,1%	94,6%
La duración del trayecto	4,6%	2,4%	82,7%	88,8%
La frecuencia y horarios de paso en festivos	12,9%	6,5%	47,6%	81,0%
Tiempo de acceso al autobús	2,5%	0,0%	78,3%	97,5%

Diferencias destacadas de $\pm 2\%$

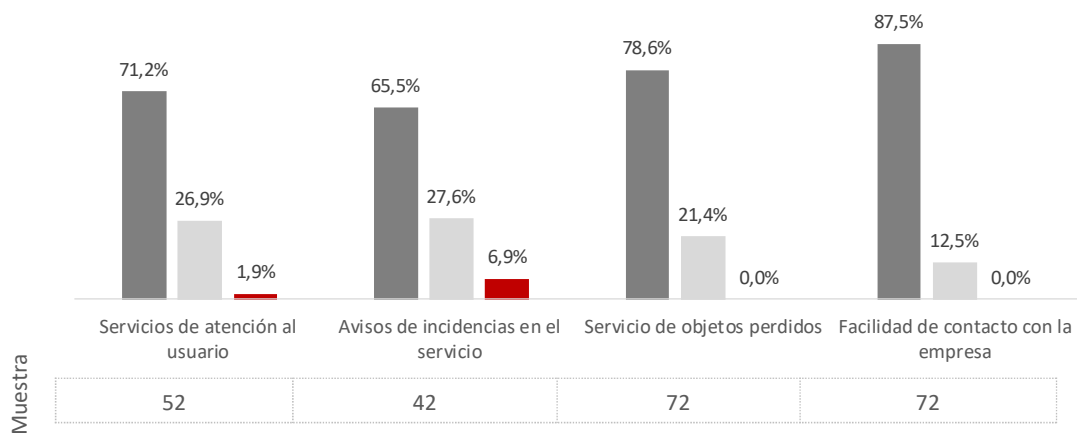
Diferencias destacadas de $\pm 10\%$



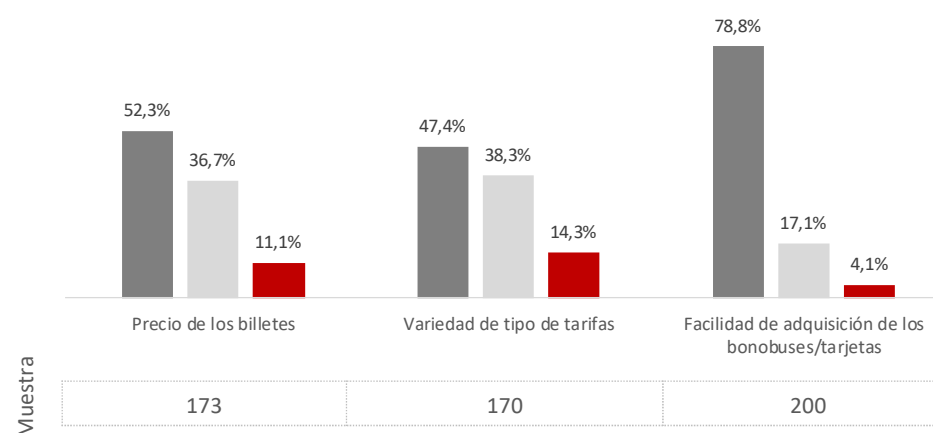
Satisfacción con el servicio: análisis de la insatisfacción

FUERA DEL AUTOBÚS

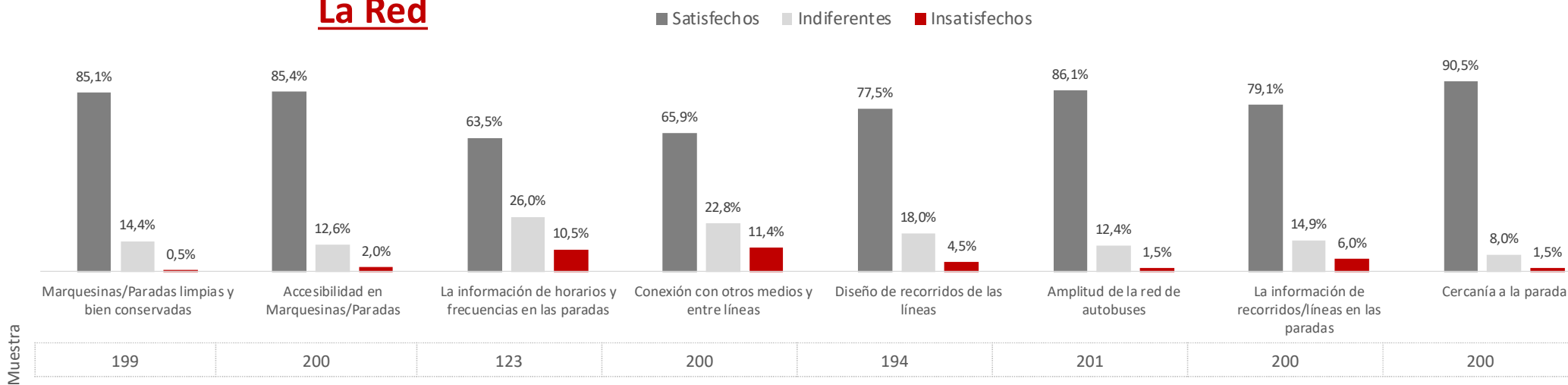
Servicios auxiliares



Títulos de viaje



La Red

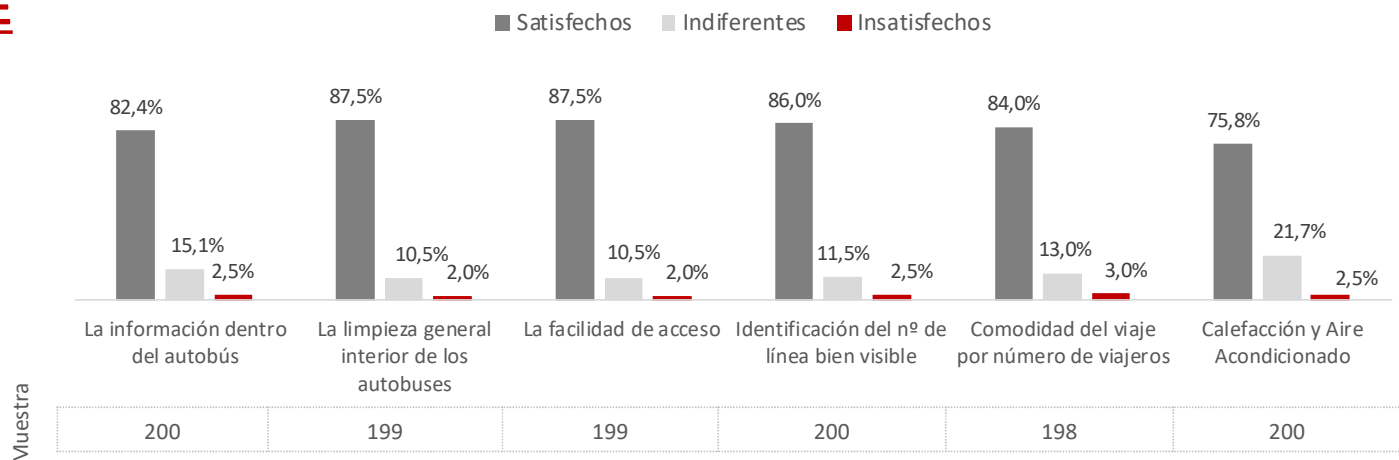


Satisfechos Los que puntúan >6 pts
Indiferentes Los que puntúan de 4 a 6 pts
Insatisfechos Los que puntúan <4 pts

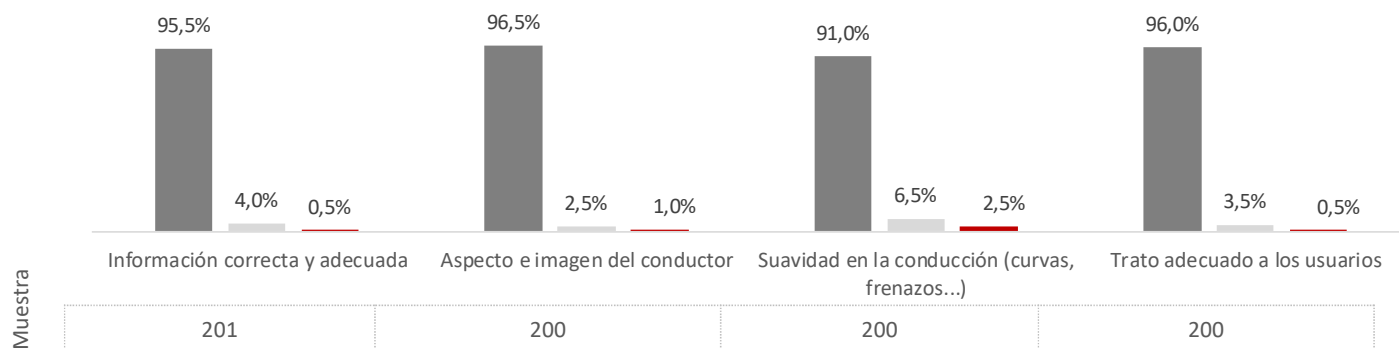
Satisfacción con el servicio: análisis de la insatisfacción

DURANTE EL VIAJE

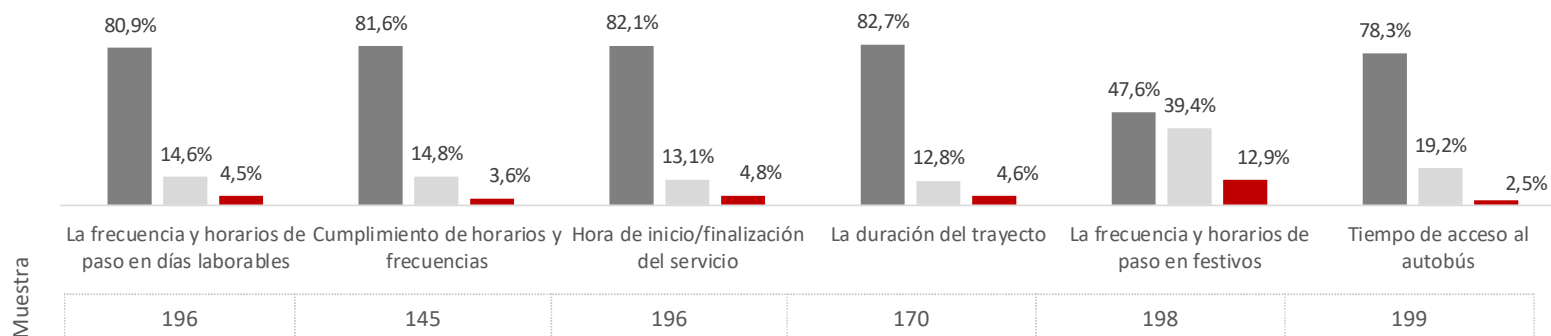
El Autobús



El Conductor



Los tiempos



Satisfechos Los que puntúan >6 pts
 Indiferentes Los que puntúan de 4 a 6 pts
 Insatisfechos Los que puntúan <4 pts

Satisfacción con el servicio

Con respecto al conjunto de atributos evaluados, analizando los usuarios insatisfechos y satisfechos se comprueba que en el año 2019 descienden los usuarios satisfechos (puntuaciones del 7 al 10). El porcentaje de usuarios insatisfechos aumenta con respecto al año 2018 (puntuaciones de 0 a 3) pero sobre todo han aumentado los usuarios indiferentes (4 a 6).

Analizando la insatisfacción de los aspectos se comprueban que:

- **Existen atributos sin usuarios insatisfechos (0% en puntuaciones de 0 al 3):** Servicio de objetos perdidos y facilidad de contacto con la empresa.
- **Los aspectos que puntúan más alto en insatisfacción son:** El precio de los billetes, la variedad de tarifas, la frecuencia de paso en fines de semana, la información de horarios en las paradas y la conexión con otros medios.

Haciendo un comparativo con el año 2018 de los usuarios insatisfechos, se comprueba que el 80,65% de los aspectos aumentan el porcentaje de insatisfacción, en un 3,23% permanecen estables y el 16,13% de los aspectos disminuyen el porcentaje de insatisfacción.

Aspectos que aumentan el % de usuarios insatisfechos

- Servicios de atención al usuario
- Avisos de incidencias en el servicio
- Accesibilidad en Marquesinas/Paradas
- La información de horarios y frecuencias en las paradas
- Conexión con otros medios y entre líneas
- Diseño de recorridos de las líneas
- Amplitud de la red de autobuses
- La información de recorridos/líneas en las paradas
- Cercanía a la parada
- Precio de los billetes
- Variedad de tipo de tarifas
- Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas
- La limpieza general interior de los autobuses
- La facilidad de acceso
- Identificación del nº de línea bien visible
- Comodidad del viaje por número de viajeros
- Calefacción y Aire Acondicionado
- Aspecto e imagen del conductor
- Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)
- La frecuencia y horarios de paso en días laborables
- Cumplimiento de horarios y frecuencias
- Hora de inicio/finalización del servicio
- La duración del trayecto
- La frecuencia y horarios de paso en festivos
- Tiempo de acceso al autobús

Aspectos que permanecen estables en insatisfacción

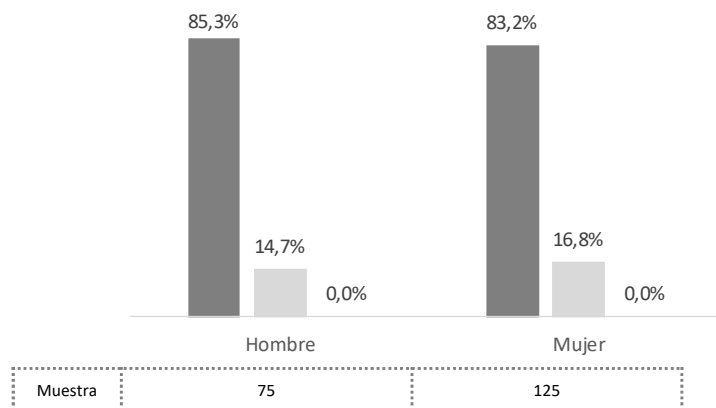
- Servicio de objetos perdidos

Aspectos que disminuye el % de usuarios insatisfechos

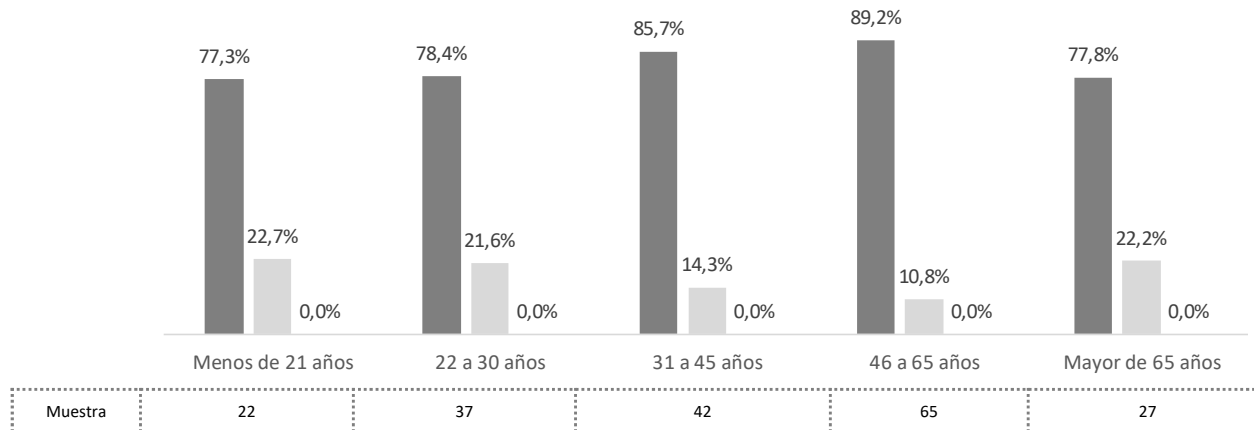
- Facilidad de contacto con la empresa
- Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas
- La información dentro del autobús
- Información correcta y adecuada
- Trato adecuado a los usuarios

Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Género

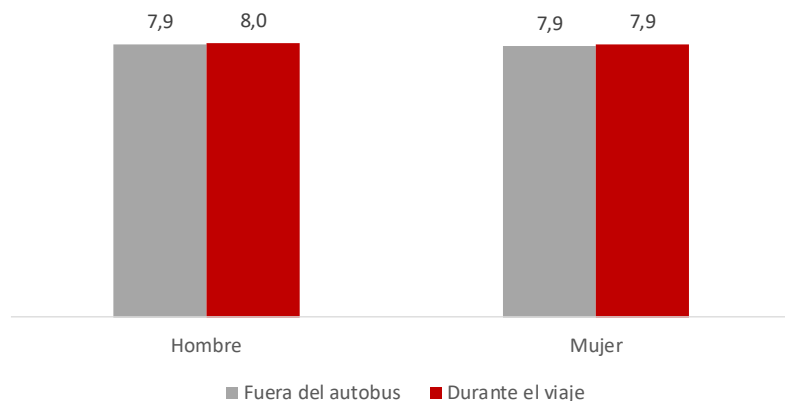


% Satisfacción global según Edad

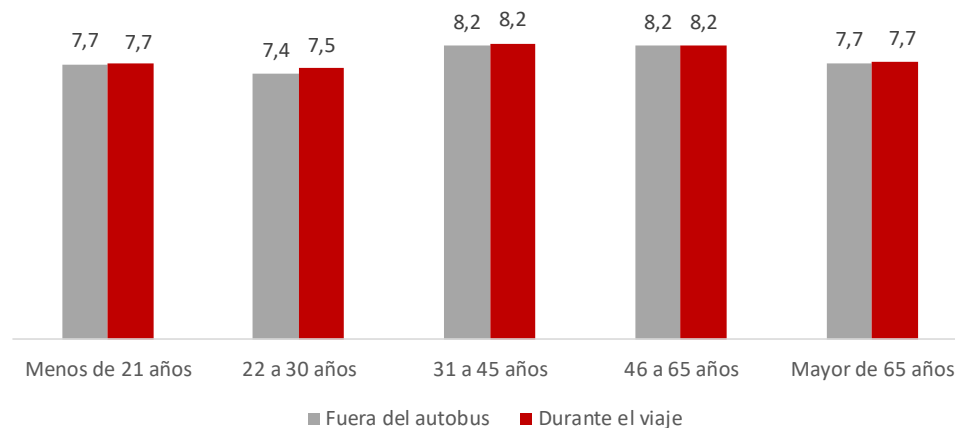


■ Satisfechos (7 a 10) ■ Indiferentes (4 a 6) ■ Insatisfechos (0 a 3)

Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Género

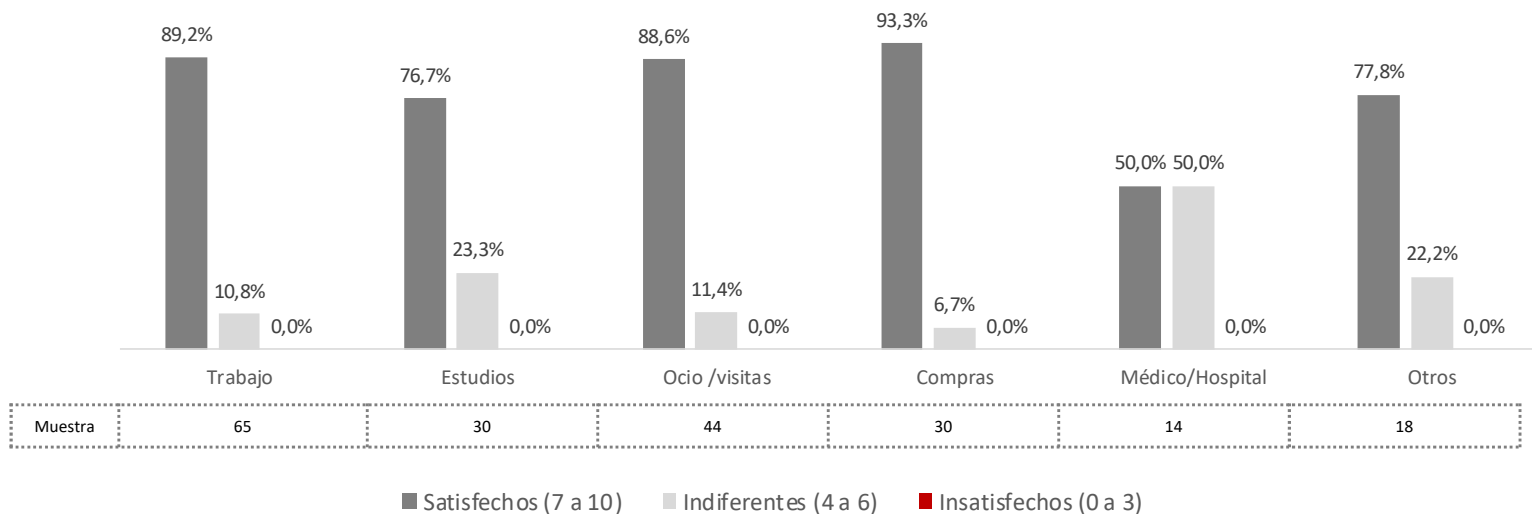


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Edad

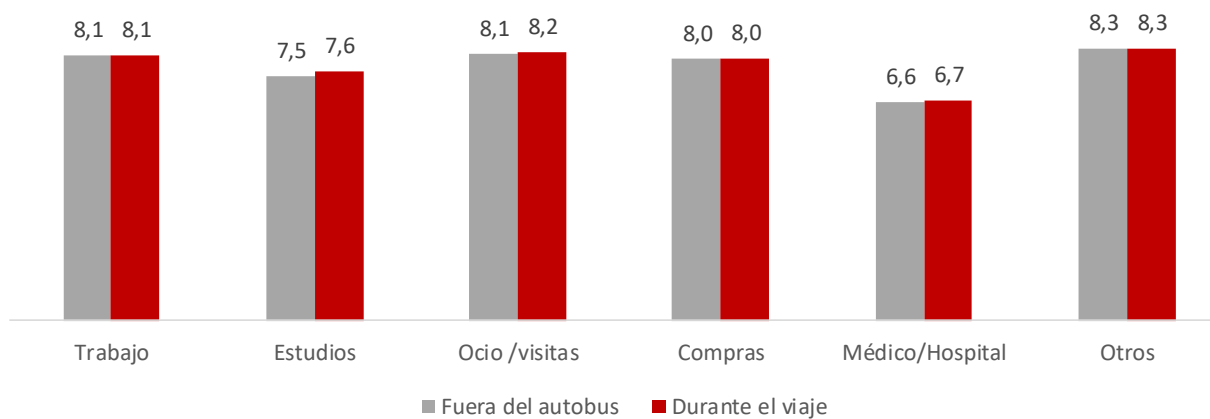


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Motivo de viaje

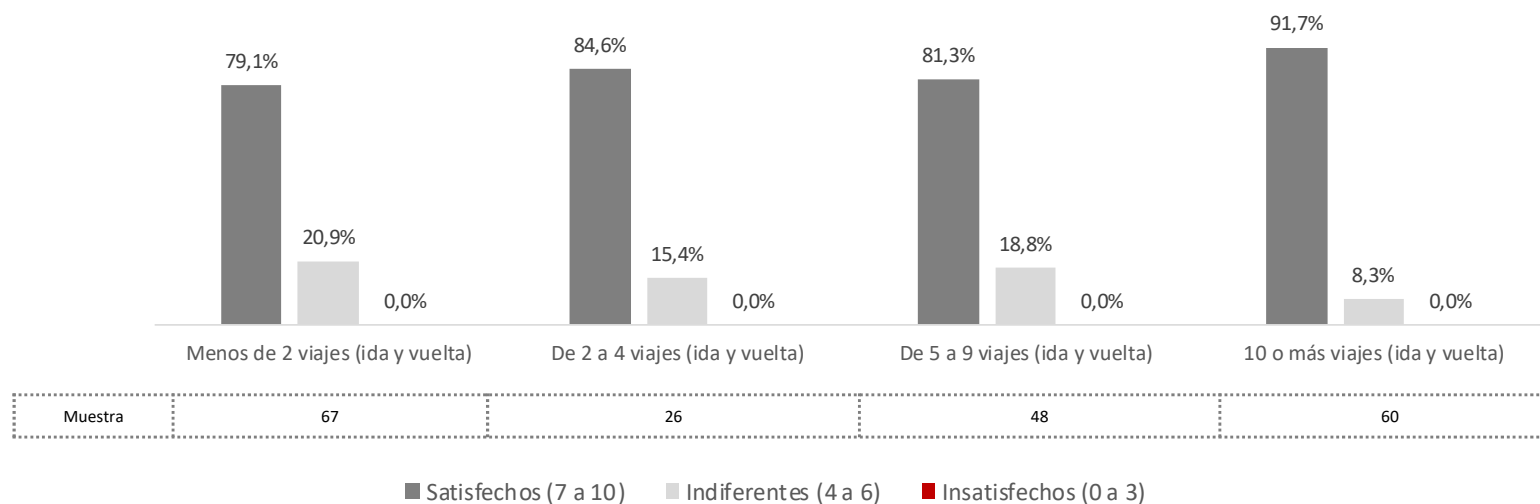


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Motivo de viaje

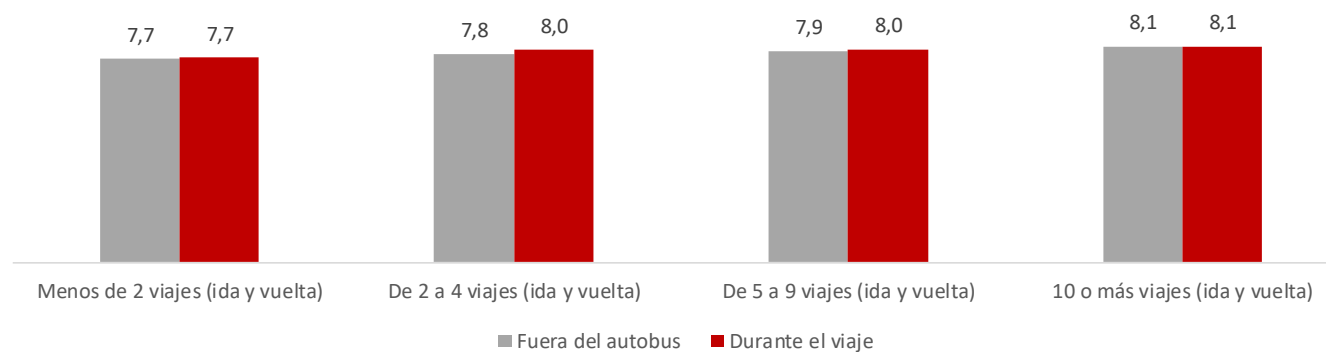


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Frecuencia de viaje

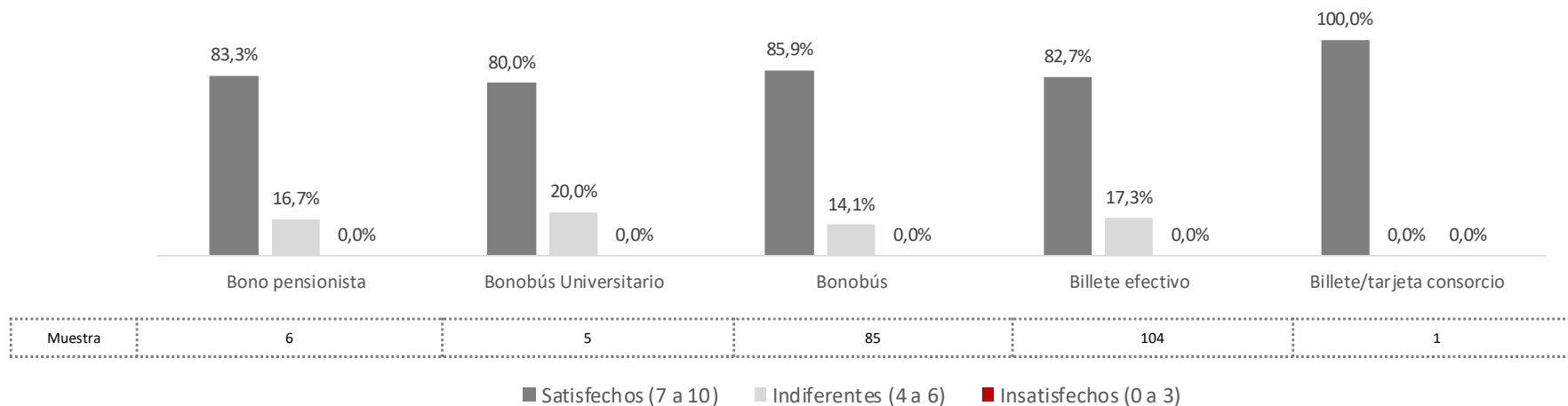


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Frecuencia de viaje

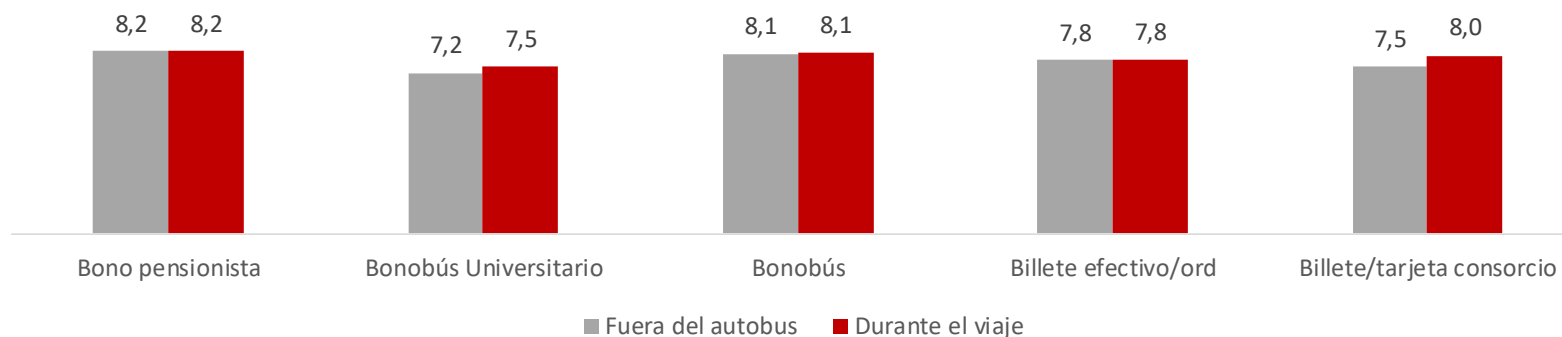


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Tipo de Billete

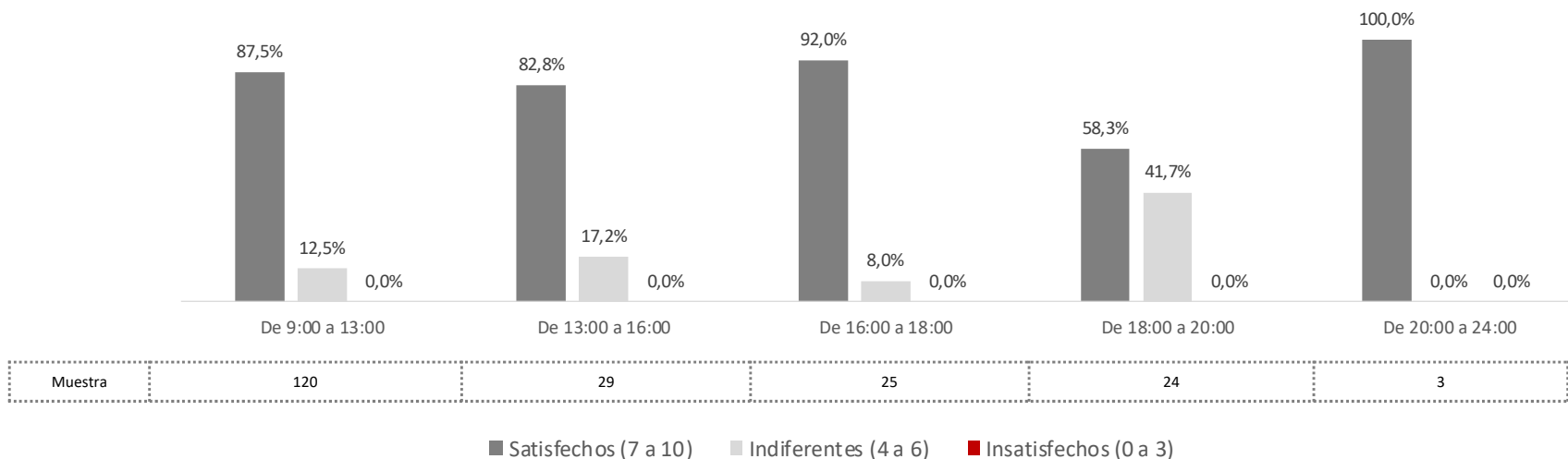


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Tipo de Billete

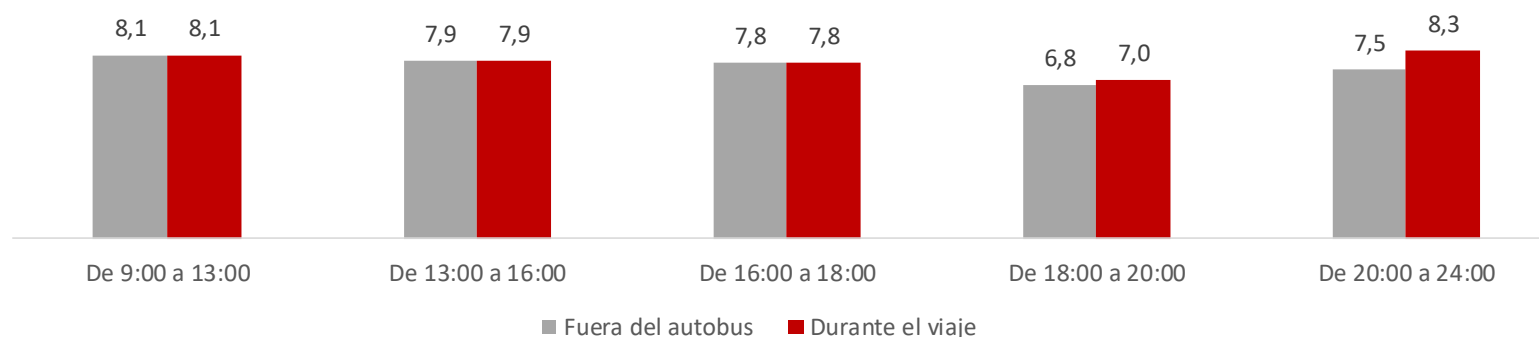


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según la Hora del Viaje



Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según la Hora del Viaje



Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

A nivel general, el análisis por segmentos no es estadísticamente significativo puesto que se comparan datos de muestras muy reducidas en algunos segmentos por lo que las conclusiones que se desarrollan a continuación, son solo orientativas.

- Analizando los resultados obtenidos por género se comprueba que los **hombres tienen una imagen más positiva** (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que las mujeres y los hombres valoran los aspectos del servicio durante el viaje con una media superior.
- Con respecto a la edad del usuario se comprueba que los usuarios entre **45 y 65 años tienen una imagen más positiva** (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios. Además los usuarios entre 31 y 65 años valoran más positivamente tanto fuera del autobús como durante el viaje que el resto.
- Según el motivo por el que realizan el viaje, los usuarios que viajan por **compras tienen una imagen más positiva** (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios. Sin embargo los que viajan por otros motivos (gestiones personales) son los que obtienen una media más positiva en los aspectos fuera y dentro del autobús.
- Analizando los resultados por la frecuencia del viaje, se comprueba que **los usuarios más habituales** (más de 10 viajes de ida y vuelta a la semana) son los que tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que los usuarios más esporádicos. Además los usuarios habituales obtienen mayor satisfacción media de los aspectos durante el viaje y fuera del autobús.
- Con respecto al tipo de billete utilizado se comprueba que los usuarios que usan el **bonobús son los que tienen una imagen más positiva** (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios. Sin embargo los que utilizan el bono pensionista son los que puntúan más positivamente los aspectos fuera del autobús y durante el viaje.
- Por último, con respecto al **horario en el que utilizan el servicio**, los usuarios que utilizan el servicio entre las **20:00 y las 24:00 horas son los que tienen una imagen más positiva** (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general. Además los aspectos durante el viaje son más valorados por los usuarios que utilizan el servicio en esta franja horaria.

Importancia componentes del servicio

Aspectos del viaje fuera del autobús	50,4%	Aspectos del viaje en el autobús	49,6%							
Aspectos del viaje fuera del autobús	25,6%	Serv. Aux de la empresa	Aspectos del viaje en el autobús	35,6%	Títulos de viaje	37,4%	Precio de los billetes	Variedad de tipo de tarifas	Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	
										38,8%
	32,4%	Servicios de atención al usuario		20,5%	Avisos de incidencias en el servicio	22,1%	Servicio de objetos perdidos	Facilidad de contacto con la empresa		
									25,3%	13,8%
	14,0%	Diseño de recorridos de las líneas		12,4%	Amplitud de la red de autobuses	12,9%	La información de recorridos/líneas en las paradas	11,5%		
									17,1%	La información dentro del autobús
	21,8%	Información correcta y adecuada		23,2%	Aspecto e imagen del conductor	33,3%	Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	21,7%		
									17,7%	La frecuencia y horarios de paso en días laborables
	16,8%	17,3%		La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	14,6%	Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)				
							41,3%	Los tiempos		

* Se destacan en rojo los aspectos de mayor importancia

Importancia componentes del servicio: ranking de importancia y evolución

		Peso de los atributos			
		2019	2018	DIF	
Peso superior a 3,5%	Diseño de recorridos de las líneas	4,1%	3,7%	0,3%	
	Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	4,0%	1,7%	2,3%	*
	Cumplimiento de horarios y frecuencias	4,0%	4,2%	-0,3%	
	La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,9%	3,9%	0,1%	
	Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	3,9%	1,3%	2,5%	*
	Precio de los billetes	3,8%	3,6%	0,2%	
	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,8%	3,9%	0,0%	
	La información de recorridos/líneas en las paradas	3,7%	2,9%	0,8%	
	Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	3,7%	3,8%	-0,1%	
	Comodidad del viaje por número de viajeros	3,7%	2,5%	1,2%	
	Amplitud de la red de autobuses	3,6%	2,2%	1,4%	
	La duración del trayecto	3,5%	3,0%	0,4%	
	Variedad de tipo de tarifas	3,4%	5,2%	-1,7%	
	Calefacción y Aire Acondicionado	3,4%	2,2%	1,2%	
Servicios de atención al usuario	3,4%	4,4%	-1,0%		
La información dentro del autobús	3,4%	3,6%	-0,2%		
Cercanía a la parada	3,3%	1,6%	1,7%		
Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas	3,3%	2,1%	1,2%		
Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	3,2%	2,1%	1,1%		
Identificación del nº de línea bien visible	3,2%	3,9%	-0,8%		
La información de horarios y frecuencias en las paradas	3,2%	3,5%	-0,3%		
La limpieza general interior de los autobuses	3,2%	2,6%	0,6%		
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	3,0%	4,6%	-1,6%		
La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	2,9%	2,2%	0,7%		
Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	2,8%	4,1%	-1,3%		
Facilidad de contacto con la empresa	2,7%	4,8%	-2,2%	*	
Peso inferior a 2,5%	Servicio de objetos perdidos	2,3%	3,5%	-1,2%	
	Avisos de incidencias en el servicio	2,2%	1,9%	0,3%	
	Aspecto e imagen del conductor	1,9%	3,5%	-1,5%	
	Información correcta y adecuada	1,8%	3,9%	-2,1%	*
	Trato adecuado a los usuarios	1,8%	3,6%	-1,8%	

*Aumento de 2 puntos de importancia
 * Descenso de 2 puntos en importancia

Importancia componentes del servicio

Importancia de los aspectos fuera del autobús

En primer lugar, se desprende de los análisis realizados que los aspectos **fuera del autobús** son más relevantes para el usuario. Entre los aspectos fuera del autobús destaca la importancia de la Red y en especial el *Diseño de recorridos*. Con respecto a los **servicios auxiliares**, destaca con más peso en la importancia relativa a la satisfacción global, el aspecto *de Atención al cliente* y en lo relativo a **los títulos de viaje**, destaca *el Precio de los billetes*.

Importancia de los aspectos durante el viaje

En lo relativo a la importancia del componente durante el viaje, destacan el componente del **tiempo** como el más importante del viaje otorgando más peso el aspecto relacionado con *Cumplimiento de tiempos*. Sobre el **autobús**, también tienen gran peso en la satisfacción global destacando *la comodidad del viaje por número de viajeros* como aspecto más relevante. Los aspectos relativos al **conductor** son los que tienen menor peso en la satisfacción global pero destaca el aspecto de *Suavidad en la conducción* como el más relevante.

Evolución de la Importancia de los aspectos

El aspecto que más ha aumentado en importancia sobre el año 2018 es la **Accesibilidad de las paradas** y el aspecto que más ha descendido en el peso de la importancia con respecto al año 2018 es la *Facilidad de contacto con la empresa*.

En el ranking de aspectos, sin diferenciar los componentes –fuera del autobús y durante el viaje- los aspectos más importantes para los usuarios en 2019 son: *Diseño de recorridos, Marquesinas/Paradas limpias y conservadas, Cumplimiento de horarios y frecuencias, Frecuencias en días laborables y festivos, Accesibilidad en marquesinas y el Precio del billete*.

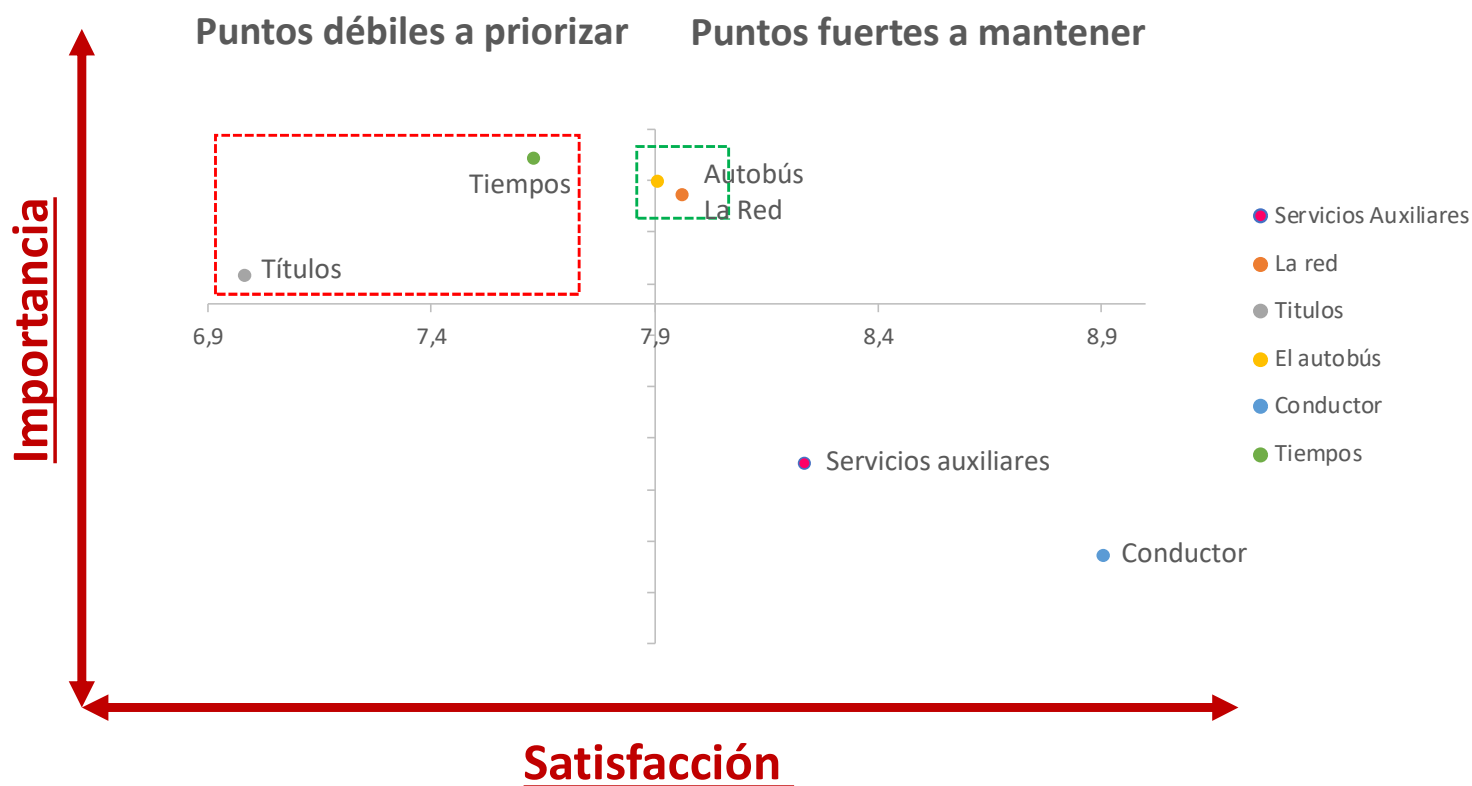
Los aspectos que los usuarios han otorgado menor importancia en el año 2019 son: Servicio de objetos perdidos, Aviso de incidencias, Imagen del conductor, Información correcta del conductor y Trato adecuado del conductor.

Importancia vs Satisfacción de los componentes del servicio

A continuación se analiza la matriz de importancia y satisfacción de los diferentes componentes del servicio con una visión de los componentes evaluados (puntuación global dada por el usuario al componente): Servicios auxiliares, la Red, Los títulos, El autobús, el conductor y los tiempos.

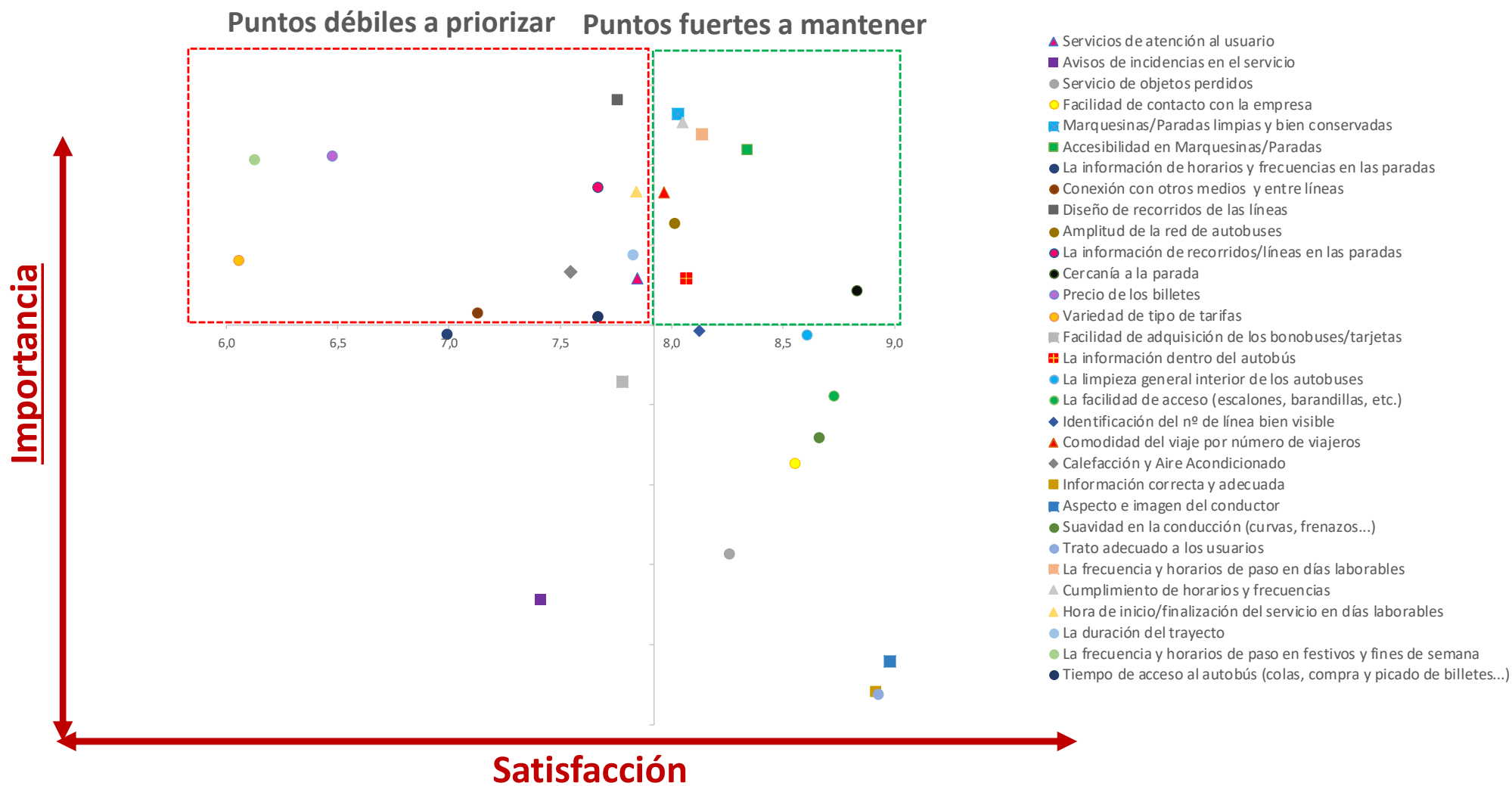
El eje x se configura como la satisfacción del componente y el eje y la importancia otorgada a ese componente. El punto de corte entre los dos ejes es la media de cada uno de ellos enfocando de este modo los puntos fuertes del servicio y los puntos débiles sobre los que se deben priorizar las acciones de mejora.

Analizando la matriz resultante se comprueba que el componente del Autobús y La Red son los puntos fuertes del servicio en el año 2019 y el componente Títulos de transporte y de Tiempos, son los puntos débiles o prioritarios en el año 2019.



Importancia vs Satisfacción de los aspectos del servicio

A continuación se analiza la matriz de importancia y satisfacción de los diferentes aspectos del servicio. Se presenta de modo gráfico la matriz. En la página siguiente se detallan los puntos fuertes y débiles detectados.



Importancia vs Satisfacción de los aspectos del servicio

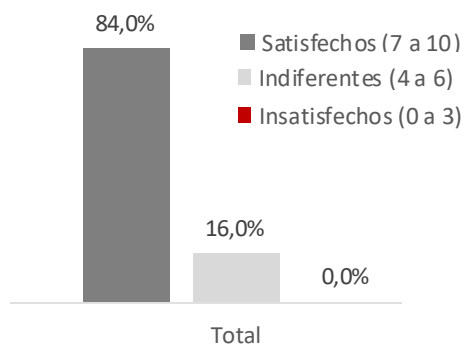
A continuación se explican los aspectos destacados en la matriz anterior, sobre los puntos débiles a priorizar y los puntos fuertes a mantener:



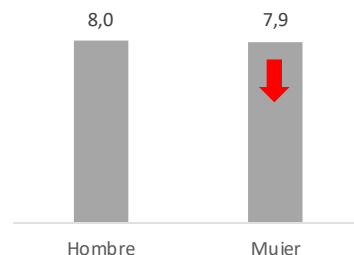
Satisfacción y recomendación de la empresa

¿Cómo valoraría Vd., de 0 a 10, su nivel de satisfacción con la empresa TUA en su conjunto?

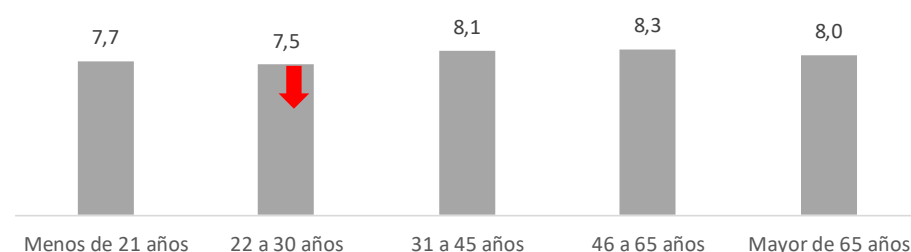
% Satisfacción global



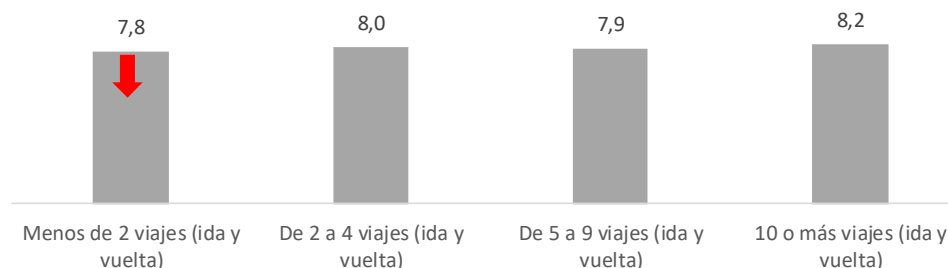
Satisfacción global por género



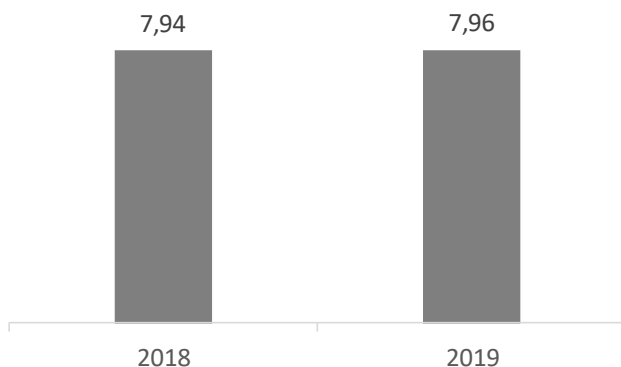
Satisfacción global por edad



Satisfacción global por frecuencia de uso

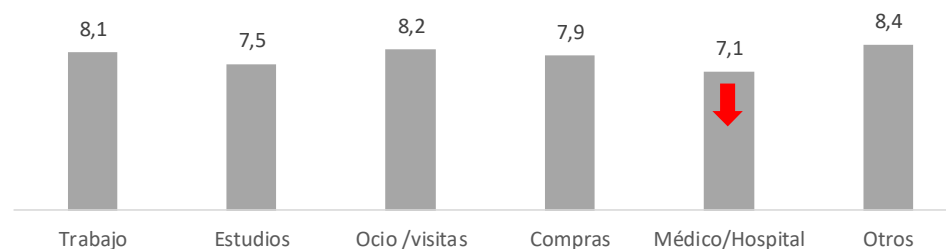


Satisfacción global 2019: 7,96



*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios más insatisfechos.

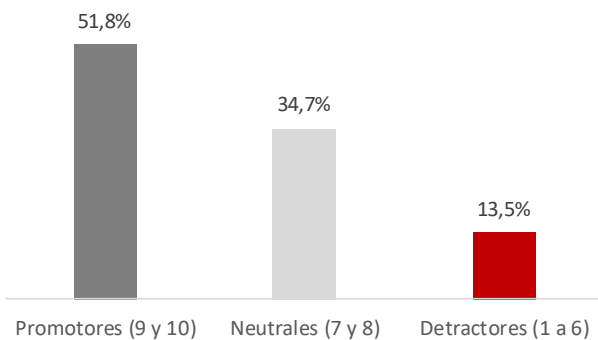
Satisfacción global por Motivos del viaje



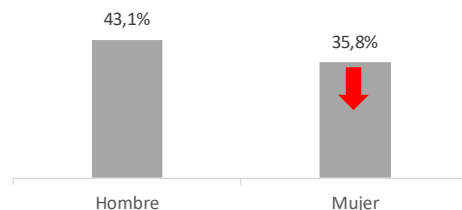
Satisfacción y recomendación de la empresa

¿Cómo valoraría Vd., de 0 a 10, su nivel de recomendación a la empresa TUA?

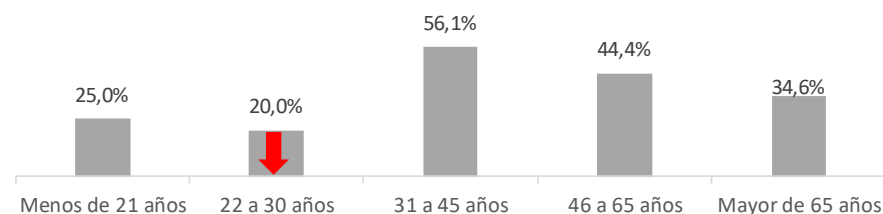
% Recomendación



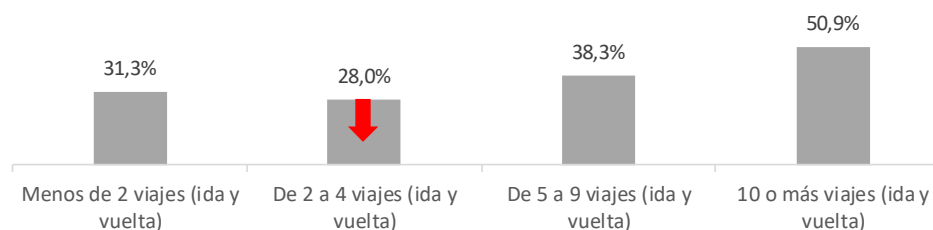
NPS por género



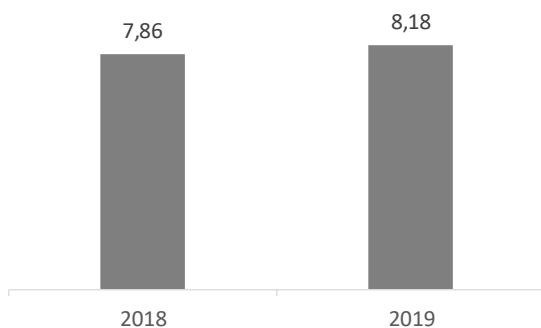
NPS por edad



NPS por frecuencia de uso

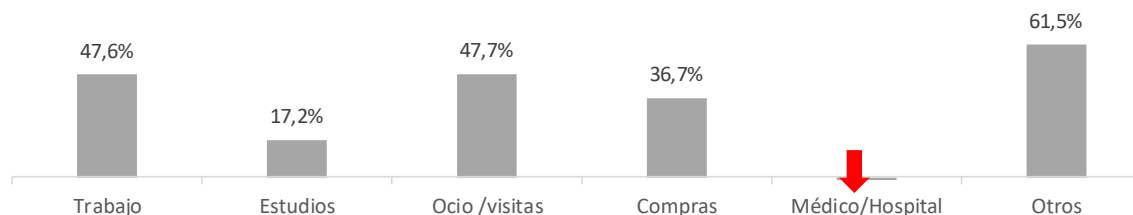


NPS 2019: 38,3%
NPS 2018: 24,5%



*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios que menos recomiendan el servicio.

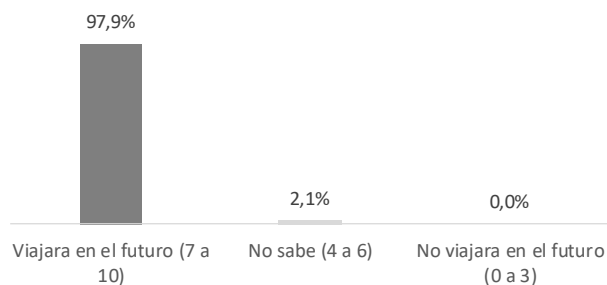
NPS por Motivos del viaje



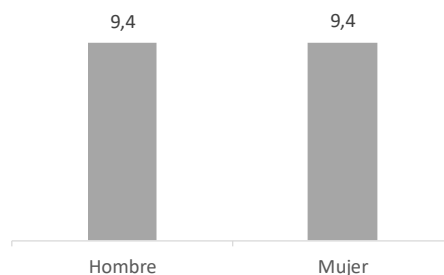
Satisfacción y recomendación de la empresa

¿En qué medida Vd., de 0 a 10, viajará con TUA en el futuro?

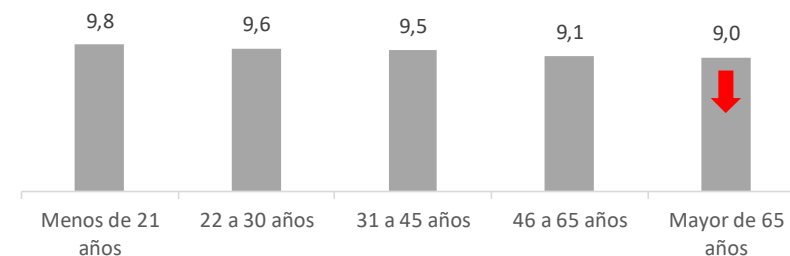
% Lealtad



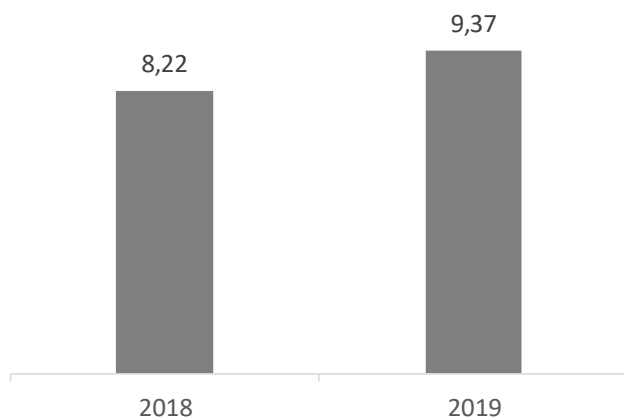
Promedio Lealtad por género



Promedio Lealtad por edad

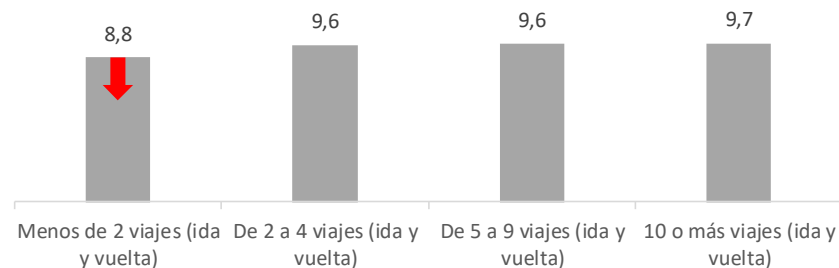


Puntuación de lealtad 2019= 9,37

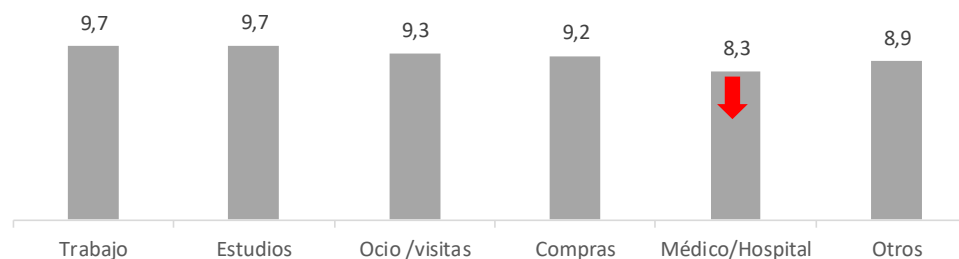


*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios menos leales al servicio.

Promedio Lealtad por frecuencia de uso



Promedio Lealtad por Motivos del viaje

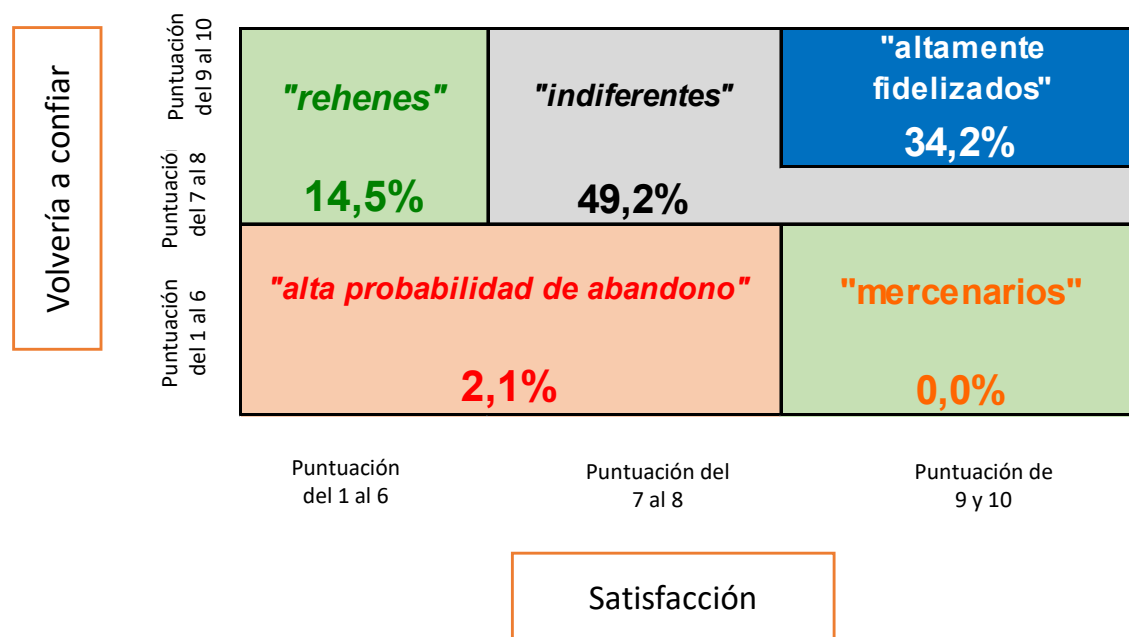


Satisfacción y recomendación de la empresa

Matriz de lealtad

Para hacer un análisis de la lealtad del cliente, el primer paso es analizar el índice de “clientes altamente fidelizados” para lo cual se realiza un cruce que recoge la distribución en segmentos de los usuarios según la combinación de la variable que mide la satisfacción global con el servicio prestado y la intención de continuar con el servicio prestado por la empresa. Teniendo en cuenta este cruce, se obtiene una matriz en la que podemos determinar que existen diversos segmentos de clientes en función del nivel de satisfacción mostrado y su intención de continuar utilizando el servicio de la empresa.

A nivel global existe un 34,2% de usuarios altamente fidelizados y un 2,1% de usuarios con alta probabilidad de abandono.

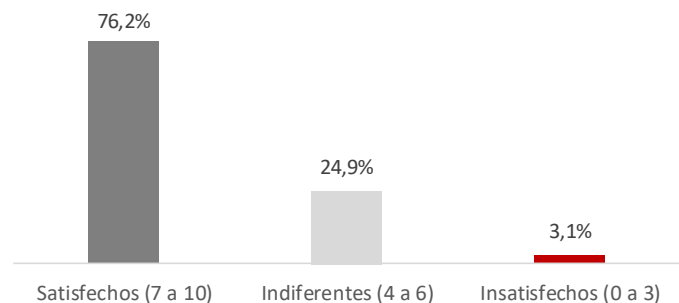


- **“Altamente fidelizados”**: aquellos muy satisfechos con el servicio prestado por la empresa, y que expresan muy alta intención de continuar con el servicio prestado por la empresa.
- **“Rehenes”**: aquellos que a pesar de mostrar una baja satisfacción con el servicio prestado, muestran una alta intención de continuar en la misma.
- **“Indiferentes”**: su nivel de satisfacción con el servicio prestado es medio, así como su intención de continuar con el servicio prestado por la empresa.
- **“Alta probabilidad de abandono”**: aquellos que muestran una baja o media satisfacción con el servicio prestado y con una baja intención de continuar.
- **“Mercenarios”**: a pesar de mostrarse altamente satisfechos con el servicio prestado, tienen una baja intención de continuar.

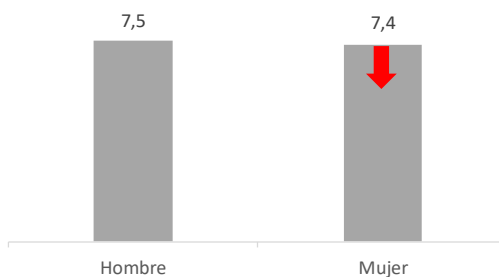
Satisfacción y recomendación de la empresa

¿Cómo valoraría Vd., de 0 a 10, su nivel de satisfacción con la relación Calidad Precio de TUA?

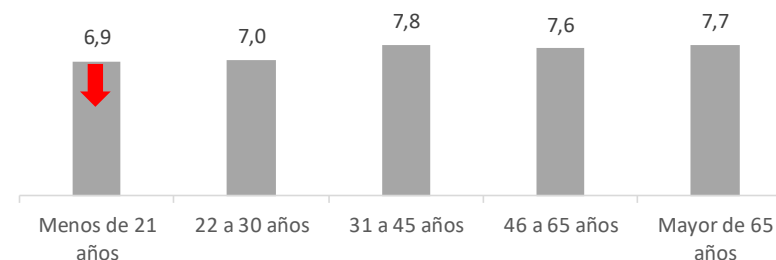
% Satisfacción calidad/precio



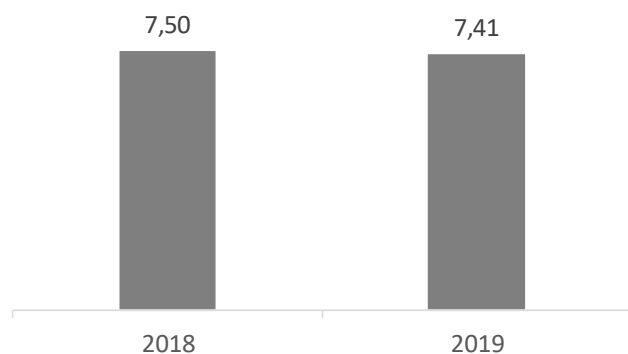
Calidad/precio por género



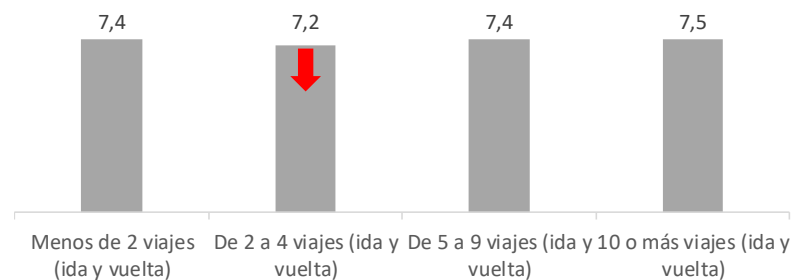
Calidad/precio por edad



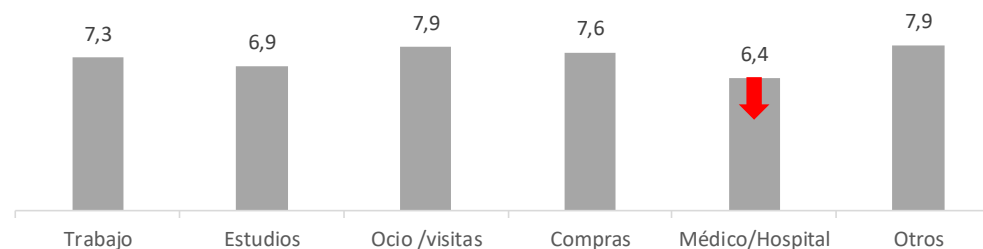
Satisfacción calidad/precio 2019= 7,41



Calidad/precio por frecuencia de uso



Calidad/precio por Motivos del viaje



*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios menos satisfechos con la relación Calidad/precio.

Satisfacción y recomendación de la empresa

Valoración global con el servicio de la empresa

Satisfacción global

En primer lugar, de los análisis realizados se desprende que a nivel global existe una excelente satisfacción global o imagen global que el usuario tiene de la empresa. Existe un 84,0% de usuarios que puntúan esta pregunta directa de satisfacción con puntuaciones superiores a 6. Ningún usuario puntúa de forma negativa (0 a 3). El resultado **aumenta con respecto al año 2018.**

Recomendación

A nivel de recomendación del servicio se obtienen un resultado de NPS de 38,3%, con un porcentaje de promotores del 51,8% y tan solo un 13,5% de detractores. Resultados muy positivos en el sector transporte. **Aumenta con respecto al año 2018.**

Lealtad

La lealtad, valorada como la intención del usuario de seguir utilizando el servicio es puntuada a nivel medio con un 9,4. Se comprueba que el 97,9% de los usuarios tienen la intención de seguir utilizando este servicio y no hay ningún usuario que indique que no lo usará (0 a 3). **Aumenta con respecto al año 2018.**

Relación calidad / precio

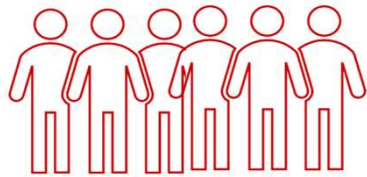
Ante la pregunta al usuario de la satisfacción calidad precio del servicio, a nivel global existe una satisfacción de 7,4 y el 76,2% de los usuarios puntúan esta relación positivamente.

Desciende levemente al media con respecto al año 2018.

Valoración global con el servicio de la empresa por segmentos

Segmentando los resultados, en primer lugar hay que recordar que el análisis por segmentos específicos no es estadísticamente significativo puesto que se comparan datos de muestras muy reducidas en algunos segmentos por lo que las conclusiones que se desarrollan a continuación, son solo orientativas.

- **Segmento de género:** Las diferencias de género son mínimas destacando los hombres con valoraciones más positivas en satisfacción, recomendación y relación calidad/precio.
- **Segmento de edad:** el segmento de 31 a 45 años recomiendan más el servicio y están más satisfechos con la relación calidad precio. Sin embargo el segmento de edad con mayor satisfacción global es el rango de 46 a 65 años. Los usuarios más leales son los menores de 21 años.
- **Segmento de frecuencia de uso:** los usuarios más habituales (más de 10 viajes a la semana ida y vuelta) son los que valoran más positivamente a nivel global el servicio de la empresa, recomiendan los servicios, son los más leales y están más satisfechos con la relación calidad/precio.
- **Segmento de motivo del viaje:** Los usuarios que utilizan el transporte para realizar gestiones personales son los que valoran más positivamente a nivel global el servicio de la empresa, recomiendan más el servicio y están más satisfechos con la relación calidad/precio. Sin embargo, los usuarios más leales son los estudiantes y trabajadores.



OBSERVACIONES DE MEJORA INDICADAS POR LOS USUARIOS
Análisis cualitativo de la información

Mejoras al servicio

Por último se realiza un análisis de las mejoras u observaciones obtenidas durante la entrevista al usuario de forma cualitativa. A continuación se presentan los resultados por línea:

	COMENTARIO	CATEGORÍA
C LUGONES / FACULTADES	Menor tiempos de espera	Frecuencia
	Frecuencia de horarios	Frecuencia
	En horas punta que hayan más autobuses	Frecuencia
	Horario de inicio y fin no es el adecuado. Empieza tarde	Horario
	Información horarios	Información
	Mejor información en las paradas	Información
	Que todas las marquesinas tengan techo y marquen cuando llega el tuya	Información y paradas
	Caduca la tarjeta	Titulos de transportes
	Precio, muy caro	Titulos de transportes
	Precio de los billetes	Titulos de transportes
	Precio de los billetes	Titulos de transportes
Mejores precios	Títulos de transportes	
Mejores precios	Títulos de transportes	
D – FACULTADES / PARQUE PRINCIPADO	Pantallas que no funcionan	Pantallas
	Organización de los asientos en los autobuses	Bus
	Horarios mal hechos y paneles que no funcionan	Información y paradas
	Mas paradas	Paradas
	Billetes muy caros y poca variedad	Titulos de transportes
	Mejores precios	Titulos de transportes
Precios de los billetes	Títulos de transportes	

Mejoras al servicio

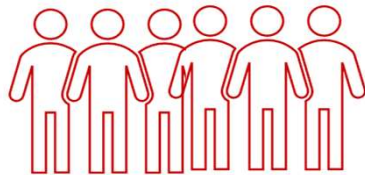
	COMENTARIO	CATEGORÍA
E - LA MONXINA / LAS CAMPAS	Acceso para los carritos	Bus
	Mejorar aire del autobús	Bus
	Más asientos en los autobuses	Bus
	Más comodidad en el autobús	Bus
	Tiempos de espera	Frecuencia
	Que pase en menos tiempo el autobús	Frecuencia
	Más horarios en fin de semana	Frecuencia
	Mejores horarios en fines de semana	Frecuencia
	Mejorar los paneles	Paneles con los horarios
	Mejorar los horarios en los paneles de las paradas	Paneles con los horarios
	Las paradas tapadas	Paradas
	Mayor variedad de bonos	Titulos de transportes
	Mejores precios de billetes	Titulos de transportes
	Mejores precios	Titulos de transportes
Precio de los billetes	Titulos de transportes	
Mejores precios	Títulos de transportes	
F - HUCA / NARANCO / CAMPILLÍN	Horarios en fin de semana	Frecuencia
	Más horario de autobuses	Frecuencia
	Más horarios	Frecuencia
	Que el último acabe más tarde	Horarios
	Información en todas las paradas	Información
	Que todas las paradas sean de marquesina	Paradas
	Que pongan marquesinas en las paradas y paneles	Paradas
	Menores precios de los billetes	Titulos de transporte
	Mejores precios	Titulos de transporte
	Mejores precios y mejores horarios en esta línea	Títulos de transportes
	Que dieran menos rodeos, menos vueltas el autobús	Trayecto

Mejoras al servicio

	COMENTARIO	CATEGORÍA
H – PARQUE PRINCIPADO / CATEDRÁTICO SERRANO	Para los mayores, más acceso	Accesibilidad
	Mayor accesibilidad para las sillas de bebés	Accesibilidad
	Pararse más cerca de la acera	Accesibilidad
	Más asientos o menos gente en los autobuses	Bus
	Mejor ventilación	Bus
	Más asientos en el autobús	Bus
	Más sitios para conseguir los bonobuses	Facilidad recarga
	Frecuencia en fines de semana	Frecuencia
	Fines de semana con mejores horarios	Frecuencia
	Festivos que haya más servicios	Frecuencia
	Más paneles que informen de los horarios. La aplicación debería estar mejor	Paneles y App
	Mejores tarifas para estudiantes	Titulos de transporte
	Precios	Titulos de transporte
	Precios de los billetes	Titulos de transporte
	Disminuir los precios	Titulos de transportes
	Más descuentos	Titulos de transportes
	Billetes caros	Titulos de transportes
	Precios más baratos	Titulos de transportes
	En el precio	Titulos de transportes
	Precios	Titulos de transportes
En el precio, más barato	Titulos de transportes	

Mejoras al servicio

J – OTERO / SAN CLAUDIO	COMENTARIO	CATEGORÍA
	La forma de acceso al autobús, me cuesta subir	Accesibilidad
	Precios más bajos	Títulos de transportes
	Precios altos para el trayecto	Títulos de transportes
	Precios algo más bajos	Títulos de transportes
	Precios	Títulos de transportes
	Dejar los precios tal cual están	Títulos de transportes
G – PUERTO / MONTE CERRAO	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Más información en las paradas	Información
	Paradas más seguidas	Paradas
	Más variedad de bonos	Títulos de transportes
L – SAN ANDRÉS / TUDELA VEGUÍN	COMENTARIO	CATEGORÍA
	La frecuencia con la que pasan los autobuses	Frecuencia
	Mejores horarios en fin de semana	Frecuencia
	Mala frecuencia de horarios	Frecuencia
	Precios altos	Títulos de transporte
	Precios más ajustados	Títulos de transporte



OBSERVACIONES POSITIVAS INDICADAS POR LOS USUARIOS
Análisis cualitativo de la información

Comentarios positivos

C LUGONES / FACULTADES	COMENTARIO	CATEGORÍA
	En horas bajas no va tan llena	Accesibilidad
	Facilidad de acceso para ir al centro	Accesibilidad
	Deja cerca de todos los sitios	Cercanía
	Comodidad del bus	Comodidad
	Comodidad para el desplazamiento	Comodidad
	Buen trato	Conductores
	Servicio de los conductores	Conductores
	Facilidad de movilidad	Facilidad movilidad
	Buenos horarios	Frecuencia y horarios
	Frecuencia (5)	Frecuencia y horarios
	Horario	Frecuencia y horarios
	Horario en días laborables	Frecuencia y horarios
	Horarios de la línea rápidos	Frecuencia y horarios
	Horarios tardan poco	Frecuencia y horarios
	Puntualidad	Frecuencia y horarios
	Información (2)	Información
	Información y paradas	Información
	Rapidez	Rapidez
	Rapidez	Rapidez
	Rapidez de la línea	Rapidez
	Rapidez en llegar los autobuses	Rapidez
	Trayecto corto, no da muchas vueltas	Rapidez
	Velocidad	Rapidez
	Precios para los jubilados	Titulos de transportes
	Títulos de transportes (6)	Titulos de transportes
	Rutas	Trayectos

Comentarios positivos

D – FACULTADES / PARQUE PRINCIPADO	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Bus	Bus
	Buenos horarios	Horarios
	Información	Información
	Información de la llegada de los autobuses	Información
	Pantallas	Pantallas
	Hay muchas paradas	Paradas
	Paradas (2)	Paradas
Títulos de transportes (3)	Títulos de transportes	
Buen recorrido	Trayecto	
E - LA MONXINA / LAS CAMPAS	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Bus /2)	Bus
	Cercanía	Cercanía paradas
	Comodidad	Comodidad
	Buenos horarios (4)	Frecuencia y horarios
	Entre semana hay buenos horarios	Frecuencia y horarios
	Frecuencia (5)	Frecuencia y horarios
	Que funciona correctamente	General
	Paneles con los horarios (4)	Paneles
	Puntualidad buena (2)	Puntualidad
	Rapidez de la línea	Rapidez
	Los precios me parecen acordes	Títulos de transportes
Títulos de transportes (5)	Títulos de transportes	
F – HUCA / NARANCO / CAMPILLÍN	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Buen trato y buena conducción de los conductores	Conductores
	Frecuencia (3)	Frecuencia y horarios
	Tiempo de espera adecuado	Frecuencia y horarios
	Funciona bien en líneas generales la línea	General
	Todo en general	General
	Información	Información
	Paradas (2)	Paradas
	Títulos de transporte (3)	Títulos de transportes
Trayecto	Trayecto y horarios	

Comentarios positivos

G – PUERTO / MONTE CERRAO	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Información	Información
	Paradas	Paradas
	Títulos de transportes	Títulos de transportes
H – PARQUE PRINCIPADO / CATEDRÁTICO SERRANO	COMENTARIO	CATEGORÍA
	Accesibilidad (3)	Accesibilidad
	Bus (3)	Bus
	Buenos conductores	Conductores
	Facilidad recarga	Facilidad recarga
	Frecuencia (5)	Frecuencia y horarios
	Cumple el trayecto sin problemas	General
	Estoy contenta con todo el servicio	General
	Estoy contento con todos los servicios	General
	Todo en general	General
	Paneles y App	Paneles y App
	Puntualidad	Puntualidad
	Muy corta	Rapidez
	Rapidez	Rapidez
	Tarda poco	Rapidez
	Te acerca al centro rápidamente	Rapidez
	Títulos de transporte (10)	Títulos de transporte

Comentarios positivos

	COMENTARIO	CATEGORÍA
J – OTERO / SAN CLAUDIO	Accesibilidad	Accesibilidad
	Vehículos nuevos y cómodos	Bus
	Cómodo	Comodidad
	La frecuencia de paso del autobús	Frecuencia y horarios
	Buenos horarios de la línea	Frecuencia y horarios
	Buenos horarios y frecuencia entre semana	Frecuencia y horarios
	Todo. No tengo ninguna pega con nada	General
	La rapidez	Rapidez
	Tarda poco	Rapidez
	Títulos de transportes (5)	Títulos de transporte
L – SAN ANDRÉS / TUDELA VEGUÍN	Autobuses modernos	Bus
	Me queda cerca de casa y del centro de Oviedo	Cercanía
	Comodidad en el autobús	Comodidad
	La comodidad del autobús	Comodidad
	Buenos conductores	Conductores
	Frecuencia	Frecuencia y horarios
	Buenos horarios	Frecuencia y horarios
	Frecuencia	Frecuencia y horarios
	Todo bien, no destaco nada concreto	General
	Títulos de transporte (2)	Títulos de transporte

Anexo. Nuestros clientes



AYTO DE MOLLINA



Ayuntamiento de Málaga



BARTOLOME & BRIONES



RES+ALIA®



CALETA HOMES





QUOD SOLUTIO

MADRID

Av. de Europa, 26 ATICA 5
28224 Pozuelo de Alarcón, Madrid

MÁLAGA

C/ Plaza de Toros Vieja 24
29002 Málaga

info@quod.es

+34 91 184 59 77

www.quodsolutio.es