



# Satisfacción del viajero con el transporte urbano de Oviedo

INFORME DE RESULTADOS

ALSA  
R-72453  
Noviembre 2013



# 01 Ficha técnica del estudio

## 01 Ficha técnica del estudio

Universo: Viajeros mayores de 14 años de la líneas urbanas de autobuses de Oviedo.

Tamaño total de la muestra: 211 entrevistas.

Limpieza de datos: se ha aplicado una fase exhaustiva de comprobación y limpieza, habiéndose eliminado 3 entrevistas, en lo que respecta a las valoraciones de los ítems de satisfacción. Se han usado todas para el resto de preguntas.

Fechas de recogida de información: del 10 de Octubre al 22 de octubre de 2013.

Metodología de recogida de información: Entrevista personal realizada en la parada o a bordo del autobús si no da tiempo a completarla en la parada.

Distribución de la muestra por líneas:

COD. LÍNEA	NOMBRE DE LA LÍNEA	Nº DE ENCUESTAS
1	"Parque Principado- Catedralico Serrano"	41
2	"Lugones-Facultades"	67
3	"Puerto- Entrepeñas"	7
4	"Los Prados (Fdez. Ladrera)- San Andrés de Trubia"	6
5	"Julían Cañedo- Polideportivo"	19
6	"Fabarín- Plaza de América"	1
7	"La Monsiña- La Florida I"	28
8	"Caravía- Latorres"	1
9	"Floria- Olivares"	5
10	"Llamaquique- Centro Asburiano"	4
11	"Avda. Torrelavega- Rodríguez Cabeza (Pumarín)"	12
12	"Parque Principado- Julían Clavería Hospital"	18
16	LÍNEA 16 "Lubrio- Pza. de América"	1
17	BUHO "Cuatro Caños- Las Campas"	1

Total 211

Tratamiento de la información:

Se han calculado regresiones en escala en 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**. Para ello también se han tenido en cuenta los datos de olas anteriores.

## 02 Principales resultados

- 02 1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio
- 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio
- 02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio, según las características de la muestra

## 02 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

## Esquema de valoraciones de los aspectos del servicio. Evolución y comparación con la media de la División.

Muestra depurada (208)

Medias

	Resultado 2013	Resultado 2012	Oviedo 12-13
--	----------------	----------------	--------------

ISC 7,38 7,16

Asp. del viaje fuera del vehículo	7,35	7,64	
Servicios de atención al usuario	7,10	6,82	
Avisos de incidencias en el servicio	6,95	6,54	
Servicio de objetos perdidos	7,02	6,49	
Facilidad de contacto con la empresa	7,31	6,84	
<b>SERVICIOS MÁS VALORADOS EN LA EMPRESA</b>	<b>7,10</b>	<b>6,79</b>	**
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	8,05	7,57	**
Información de horarios y frec. en paradas	7,42	7,13	
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,92	6,91	
Diseño de recorridos de las líneas	7,12	6,73	**
Amplitud de la red de autobuses	7,50	6,72	**
La información de recorridos / líneas en las paradas	7,72	7,11	**
Cercanía a la parada	8,11	7,56	**
<b>LA RED (Líneas y Paradas)</b>	<b>7,58</b>	<b>7,11</b>	**

	Resultado 2013	Resultado 2012	Oviedo 12-13
--	----------------	----------------	--------------

ISC 7,38 7,16

Asp. del viaje en el vehículo	7,39	6,90	
La información dentro del autobús	7,78	7,31	**
La facilidad de acceso	7,43	7,39	
La limpieza interior de los autobuses	7,80	7,38	
Identificación del nº de línea bien visible	8,42	8,01	
Comodidad del viaje por nº de viajeros	6,46	6,39	
Calefacción y aire acondicionado	6,72	6,03	***
<b>EL AUTOBÚS</b>	<b>7,58</b>	<b>7,08</b>	**
Información correcta y adecuada	7,67	7,17	**
Aspecto e imagen del conductor	7,98	7,50	**
Suavidad en la conducción	6,65	6,03	***
Trato adecuado a los usuarios	7,53	6,84	***
<b>LA CONDUCCIÓN</b>	<b>7,47</b>	<b>6,87</b>	***
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,60	7,01	***
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,76	7,36	
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	7,47	6,86	***
La duración del trayecto	7,14	6,23	***
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	6,48	5,81	***
Tiempo de acceso al autobús	7,69	7,31	***
<b>TIEMPOS</b>	<b>7,39</b>	<b>6,71</b>	***

\* Diferencia estadísticamente significativa, pero inferior a 0,25 puntos  
 \*\* Diferencia estadísticamente significativa, de 0,50 puntos o más  
 \*\*\* Diferencia estadísticamente significativa, entre 0,25 y 0,49 puntos

\* Diferencia positiva  
 \* Diferencia negativa



## 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

### Estructura de la satisfacción de los aspectos del servicio.

Muestra depurada (208)

Medias

INDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL		7,38	
<b>EL VIAJE EN EL AUTOBÚS</b>		<b>7,39</b>	
<b>ASP. DEL VIAJE FUERA DEL AUTOBÚS</b>			<b>7,35</b>
	7,12	Serv. Aux. de la empresa	7,10
	7,02	Servicio de atención al usuario	6,95
	<b>7,31</b>	<b>Facilidad de contacto con la empresa</b>	7,02
	7,55	La red	6,92
	7,38	El autobús	7,12
	7,78	La información dentro del autobús	7,50
	7,43	La facilidad de acceso	7,72
	7,80	La limpieza general interior de los autobuses	<b>8,11</b>
	<b>8,42</b>	<b>Identificación del nº de línea bien visible</b>	
	6,46	Comodidad del viaje por nº de viajeros	
	6,72	Calefacción y aire acondicionado	
	7,67	Información correcta y adecuada	
	<b>7,98</b>	<b>Aspecto e imagen del conductor</b>	
	6,65	Suavidad en la conducción	
	7,53	Trato adecuado a los usuarios	
	7,60	La frecuencia y horarios de paso en días laborables	
	<b>7,76</b>	<b>Cumplimiento de horarios y frecuencias</b>	
	7,47	Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables	
	7,14	Duración del trayecto	
	6,48	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	
	7,69	Tiempo de acceso al autobús	

\* En **negrita** el mejor valorado de cada fase

## 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio aspectos del viaje en el vehículo

Los usuarios de los autobuses urbanos de Oviedo están satisfechos con el servicio prestado. El Índice de Satisfacción es de 7,38 puntos. **En relación con el año pasado observamos una leve mejora**, con una valoración global media +0,2 puntos superior a la de 2012.

En cuanto a los componentes generales del servicio, **los relacionados con los aspectos del viaje en el vehículo obtienen una valoración** de 7,39 puntos, este dato también es significativamente superior al de año pasado (6,90 puntos).

Dentro de estos aspectos, el **conductor**, con **7,42** puntos, también experimenta un ascenso estadísticamente significativo, **ganando 0,24 puntos**. Los diferentes atributos que componen este grupo reciben en esta ola valoraciones estadísticamente superiores a las recogidas el año pasado.

Los aspectos relacionados con **Los tiempos** también han visto mejorar todas sus valoraciones medias, sobre todo y de manera estadísticamente significativa. La **duración del trayecto** (ítem que ha experimentado un mejora mayor) con **+0,91**. Así mismo, las **frecuencia de paso** tanto en días **laborables** como en **festivos**, han subido su ISC en +0,59 y +0,67 puntos respectivamente. Por último, el **horario de inicio/finalización del servicio en días laborables** ha experimentado un mejora significativa en: **+0,62 puntos**.

Para terminar con los aspectos del viaje en el vehículo, **el autobús con 7,38** puntos consigue también una valoración superior a la del 2012, pero esta vez no de manera estadísticamente significativa. Todos su atributos mejoran, sobre todo el relacionado con la climatización que sí experimenta una subida estadísticamente significativa en +0,69 puntos.

## 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio aspectos del viaje fuera del vehículo

En lo que respecta a los **aspectos del viaje fuera del vehículo globalmente** se observa un leve descenso de -0,29 puntos, con un **ISC de 7,35** puntos.

Si analizamos grupo por grupo, el aspecto general mejor valorado es **la red, con 7,55 puntos**. Este dato es estadísticamente superior **al del 2012** (7,11 puntos). Dentro de este grupo nos encontramos con los dos elementos mejor valorados fuera del vehículo: **la cercanía a la parada** (8,11) y **la limpieza y conservación de la marquesinas** (8,05 puntos) que a su vez son el segundo y tercer atributo mejor valorados de todo el servicio.

En el caso de los **servicios auxiliares de la empresa, el ISC** también mejora de forma estadísticamente significativa (de 6,70 puntos en 2012 a los 7,12 puntos de esta edición). Todos los tributos que componen este grupo experimenta una ligera subida en sus valoraciones, pero ninguna alcanza a ser significativa.

# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Ranking de los aspectos del servicio, 2013, 2012 y diferencia entre ambos.

Muestra depurada (208) Medias

	2013	2012	DIF	
<b>GRUPO A</b>				
Puntuaciones superiores a los 8 puntos de media				
Identificación del nº de línea bien visible	8,42	8,01	0,41	
Cercanía a la parada	8,11	7,56	0,55	***
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	8,05	7,57	0,48	**
Aspecto e imagen del conductor				
La limpieza general interior de los autobuses	7,98	7,50	0,48	**
La información dentro del autobús	7,80	7,38	0,42	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,78	7,31	0,47	
La información de recorridos / líneas en las paradas	7,76	7,36	0,40	
Tiempo de acceso al autobús	7,72	7,11	0,61	***
Información correcta y adecuada	7,69	7,31	0,38	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,67	7,17	0,50	**
Trato adecuado a los usuarios	7,60	7,01	0,59	***
Amplitud de la red de autobuses	7,53	6,84	0,68	***
Hora de inicio/finización del servicio en días laborables	7,50	6,72	0,78	***
La facilidad de acceso	7,47	6,86	0,62	***
Información de horarios y frecuencias en las paradas	7,43	7,39	0,04	
Facilidad de contacto con la empresa	7,42	7,13	0,29	
La duración del trayecto	7,31	6,84	0,47	
Diseño de recorridos de las líneas	7,14	6,23	0,91	***
Servicios de atención al usuario	7,12	6,73	0,39	
Servicio de objetos perdidos	7,10	6,82	0,28	
Avisos de incidencias en el servicio	7,02	6,49	0,53	
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,95	6,54	0,41	
Calefacción y aire acondicionado	6,92	6,91	0,01	
Suavidad en la conducción	6,72	6,03	0,69	***
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	6,65	6,03	0,62	***
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,48	5,81	0,67	***
	6,46	6,39	0,06	
<b>GRUPO B</b>				
Puntuaciones entre 8 y 6,5 puntos de media				
<b>GRUPO C</b>				
Puntuaciones inferiores a los 6,5 puntos de media				

Diferencias significativas:

- \* Diferencia inferior a 0,25 puntos
- \*\* Diferencia entre 0,25 y 0,49 puntos
- \*\*\* Diferencia de 0,50 puntos o más

\* Diferencia positiva  
\* Diferencia negativa



R-72453  
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados CVIEDO

## 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Ranking y evolución de aspectos del servicio en función de la satisfacción que generan

Se establecen **tres cortes en el ranking, en función de el grado de satisfacción que genera cada aspecto.**

En el **grupo A**, se han incluido los elementos con puntuaciones superiores a los 8 puntos. Aquí encontramos 3 atributos: la **visibilidad del número de línea en el autobús** (8,42 puntos), la **cercanía de la parada** (8,11 puntos) y la **limpieza y conservación de las marquesinas** (8,05 puntos).

En el extremo opuesto (**grupo C**), con puntuaciones por debajo de los 6,5 puntos, nos encontramos con la **frecuencia de paso de los autobuses en festivos y fines de semana** (6,48), y la **comodidad del viaje por número de viajeros** (6,46).

El resto de aspectos oscilan entre los 6,5 y los 8 puntos (**Grupo B**). Entre ellos cabe destacar el **ascenso significativo de la duración del trayecto de casi un punto (+0,91).**

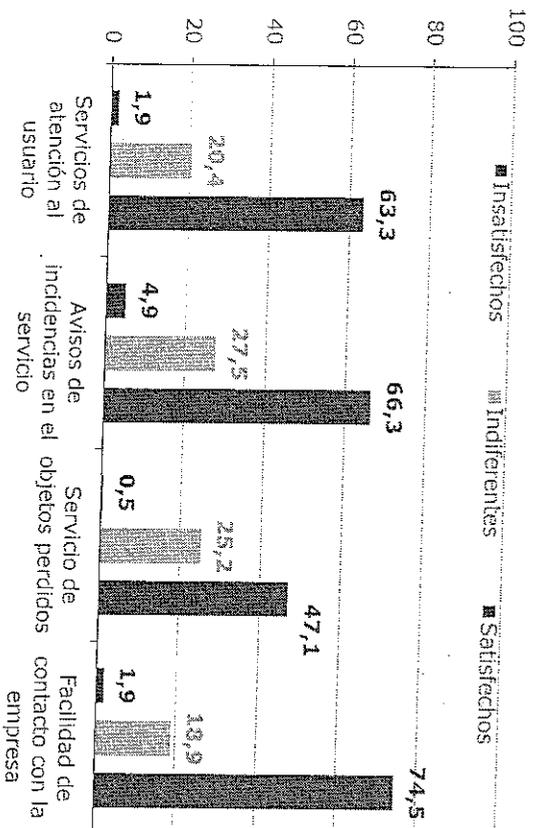
## 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

### Aspectos del viaje fuera del vehículo

#### Satisfacción con SERVICIOS AUX. DE LA EMPRESA

Muestra depurada (208)

Porcentajes



El análisis de la insatisfacción nos muestra lo siguiente:

Los viajeros no muestran casi insatisfacción con los diferentes servicios auxiliares de la empresa.

Cabe señalar el 5% de usuarios que puntúan los avisos de incidencias del servicio con menos de 4 puntos.

**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

RANDOM

ALISA

R/72453

INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

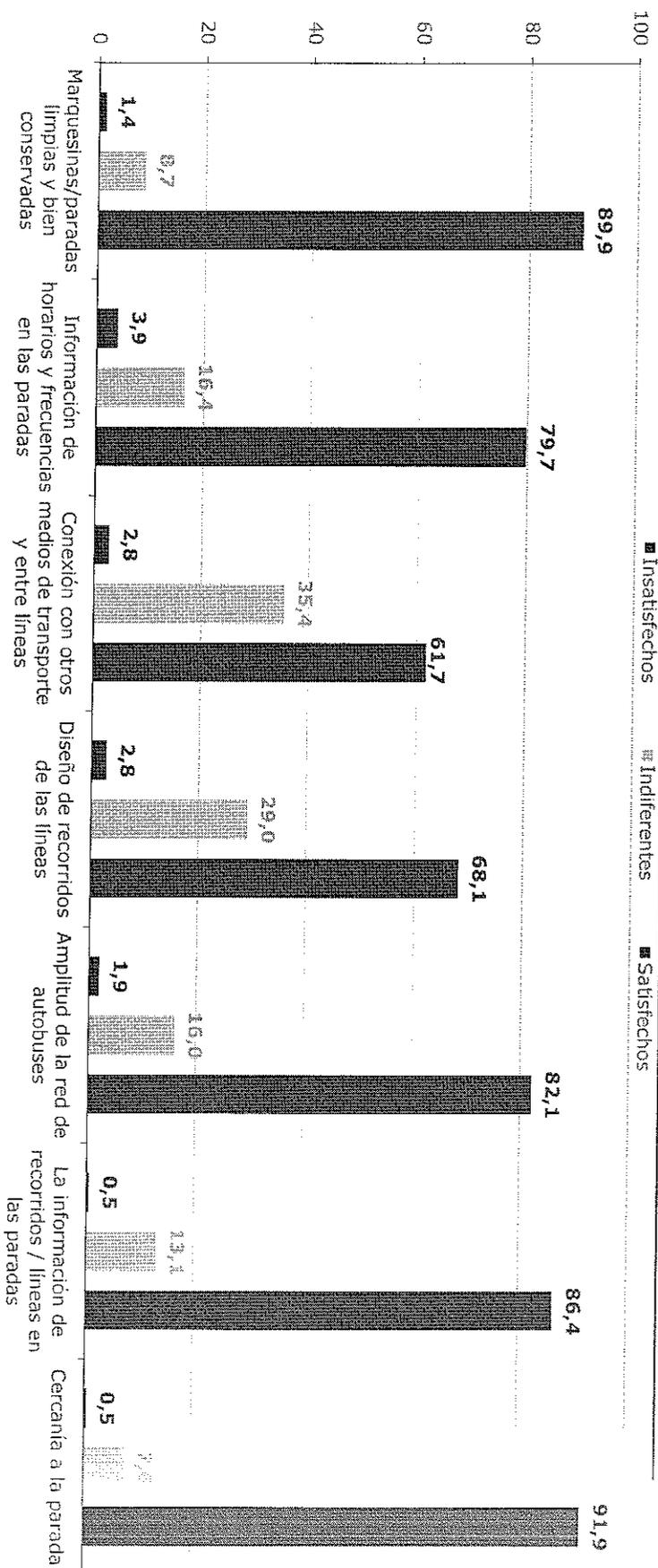
# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

## Aspectos del viaje fuera del vehículo

**LA RED**

Muestra depurada (208)

Porcentajes



**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

Los aspectos relacionados con la Red, muestran una insatisfacción casi inexistente.



R-72453  
 INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

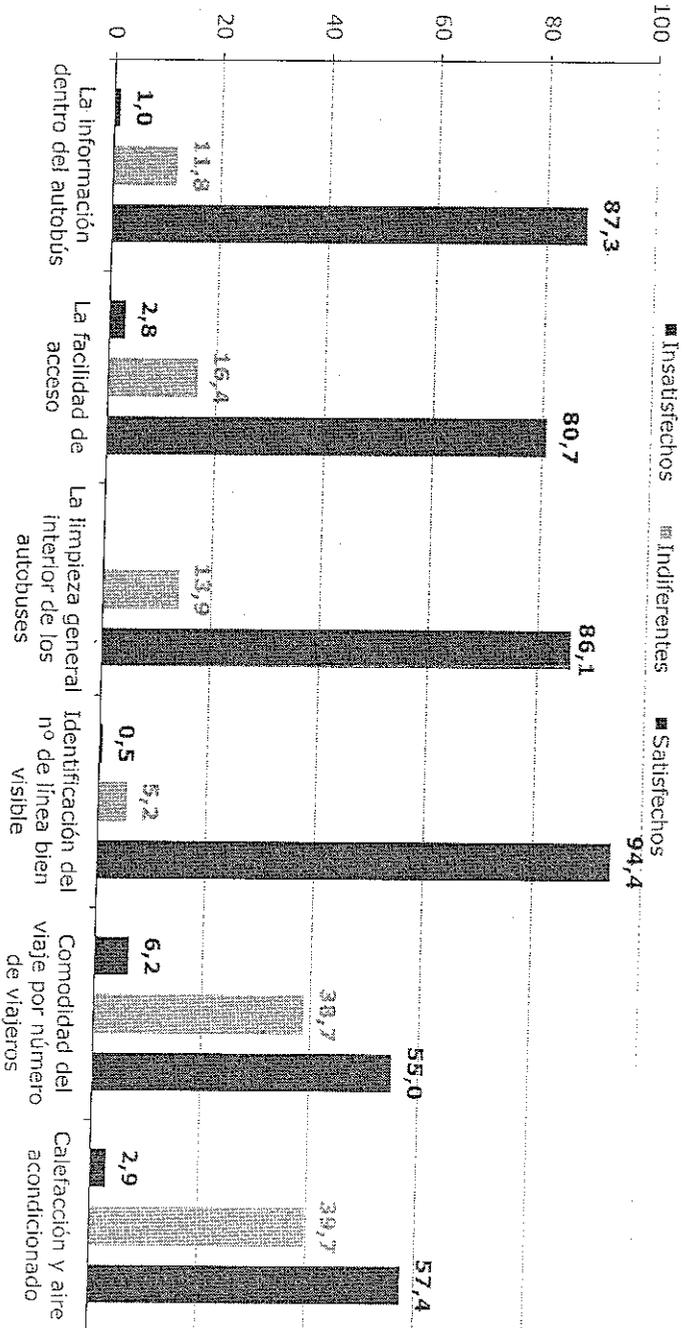
# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

## Aspectos del viaje en el vehículo

### EL AUTOBÚS

Muestra depurada (208)

Porcentajes



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

El autobús tampoco concentra a muchos viajeros insatisfechos. La comodidad del viaje es el aspecto peor valorado en este grupo, con una tasa de insatisfechos del 6%.



R 72453

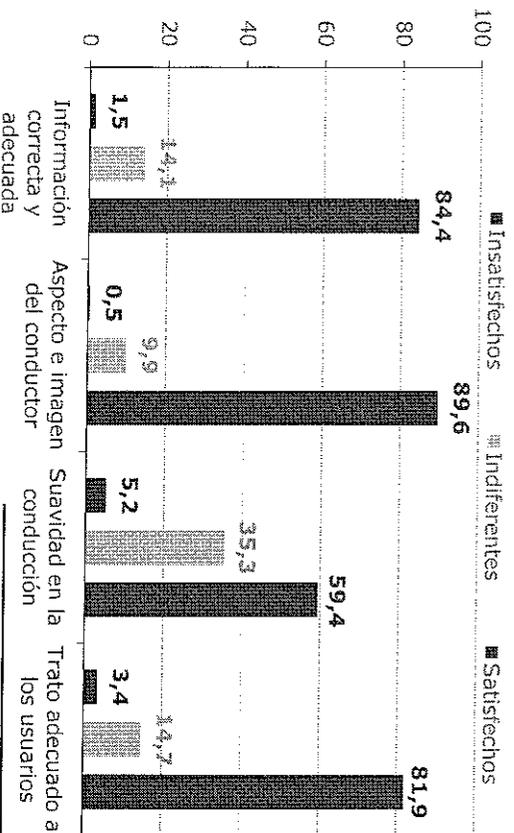
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

## EL CONDUCTOR

Muestra depurada (208)

Porcentajes



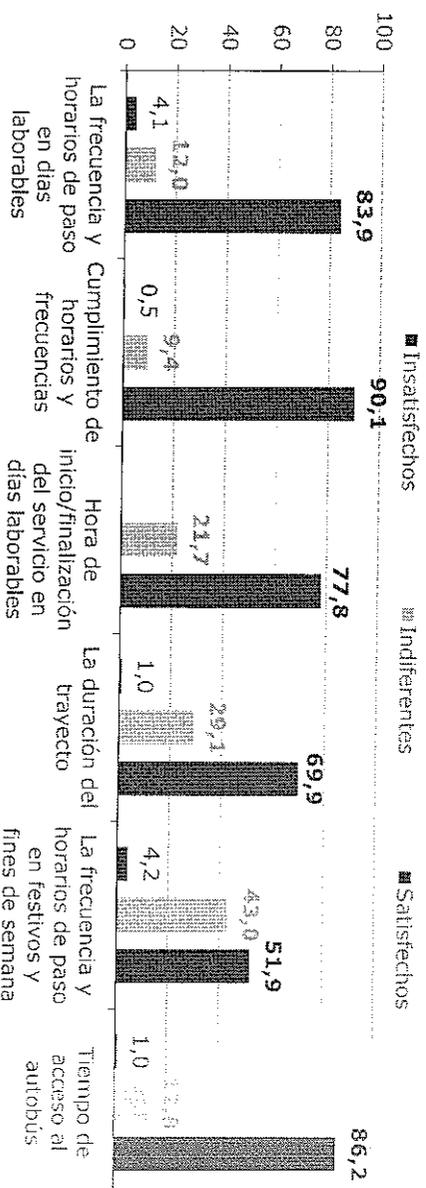
## Aspectos del viaje en el vehículo

Apenas existe insatisfacción con el conductor. La suavidad en la conducción y el trato adecuado a los viajeros son los aspectos que más críticas generan con unas tasas del 5% y 3% respectivamente.

En el caso de los tiempos, la frecuencia tantos en fines de semana como en días laborables insatisface a un 4% de los entrevistados. El resto de aspectos no generan prácticamente nada de insatisfacción.

## LOS TIEMPOS

Muestra depurada (208) Porcentajes



**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.



# 02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

## Satisfacción con los aspectos del servicio agrupados temáticamente

Muestra depurada (208)

Medias

<b>LIMPIEZA</b>	
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	7,94
Aspecto e imagen del conductor	8,05
La limpieza general interior de los autobuses	7,98
7,80	
<b>INFORMACIÓN</b>	
Identificación del nº de línea bien visible	7,66
La información dentro del autobús	8,42
La información de recorridos / Líneas en las paradas	7,78
Información correcta y adecuada	7,72
Información de horarios y frecuencias en las paradas	7,67
Avisos de incidencias en el servicio	7,42
6,95	
<b>DURACION</b>	
Cercanía a la parada	7,53
Cumplimiento de horarios y frecuencias	8,11
La duración del trayecto	7,76
Diseño de recorridos de las líneas	7,14
7,12	
<b>ACCESO</b>	
Tiempo de acceso al autobús	7,35
La facilidad de acceso	7,69
7,43	
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,92

\* Promedio de las valoraciones de los atributos agrupados

<b>ATENCIÓN</b>	
Trato adecuado a los usuarios	7,24
Facilidad de contacto con la empresa	7,53
Servicios de atención al usuario	7,31
Servicio de objetos perdidos	7,10
7,02	
<b>FRECUENCIA</b>	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,10
7,60	
Amplitud de la red de autobuses	7,50
7,47	
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	7,47
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de s	6,48
6,46	
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,46
<b>CONFORT</b>	
Calefacción y aire acondicionado	6,68
6,72	
Suavidad en la conducción	6,65

RANDOM

ALISA

R-72453

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

## 02 1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Con el objetivo de realizar un análisis transversal de los componentes del servicio, los hemos agrupado temáticamente, buscando un ranking en función de estas agrupaciones que nos permita precisar más la información obtenida.

Nos encontramos con un grupo que roza los **8 puntos, la Limpieza;** y solo uno **que no supera los 7 puntos, el Confort** (6,68).

El resto se encuentran alrededor de los **7,5 puntos [Información (7,66), Duración (7,53) y Acceso (7,35), Atención (7,24) y Frecuencia (7,10)].**

## 02 Importancia de los diferentes componentes del servicio

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

### Estructura de la importancia de los aspectos del servicio en el ISC

Muestra total (211)

Porcentajes

INDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL		EL VIAJE EN EL AUTOBÚS		(* )ASP. DEL VIAJE FUERA DEL AL	
47%		56%	La red	28%	<b>Servicio de atención al usuario</b>
		38%	El autobús	23%	Avisos de incidencias en el servicio
		27%	El conductor	22%	Servicio de objetos perdidos
53%		36%	Los tiempos	<b>28%</b>	<b>Facilidad de contacto con la empresa</b>
				17%	Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas
				12%	La información de horarios y frecuencias en las paradas
				12%	Conexión con otros medios y entre líneas
				<b>18%</b>	<b>Diseño de recorridos de las líneas</b>
				14%	Amplitud de la red de autobuses
				14%	La información de recorridos / Líneas en las paradas
				14%	Cercanía a la parada
				16%	La información dentro del autobús
				17%	La facilidad de acceso
				12%	La limpieza general interior de los autobuses
				19%	Identificación del nº de línea bien visible
				<b>21%</b>	<b>Comodidad del viaje por nº de viajeros</b>
				14%	Calefacción y aire acondicionado
				27%	Información correcta y adecuada
				18%	Aspecto e imagen del conductor
				25%	Suavidad en la conducción
				<b>30%</b>	<b>Trato adecuado a los usuarios</b>
				<b>18%</b>	<b>La frecuencia y horarios de paso en días laborables</b>
				16%	Cumplimiento de horarios y frecuencias
				17%	Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables
				16%	Duración del trayecto
				16%	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana
				16%	Tiempo de acceso al autobús

En **negrita** el más importante de cada fase

## 02.2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

Como observamos en la primera diapositiva de este capítulo, donde presentamos la estructura de la importancia de los diferentes aspectos del servicio, **los relacionados con el viaje en el autobús son los que tienen un mayor peso en el ISC general.**

Entre éstos, **lo relacionado con el autobús aparece como lo más importante**, y respecto a él, **la comodidad del viaje por el número de viajeros se posiciona como el factor de más peso.**

En el caso de "Los tiempos", el aspecto más importantes es **la frecuencia en días laborables.**

En el caso concreto del **conductor**, **lo más importante** es **trato dispensado** a los usuarios.

Con respecto a los **aspectos del viaje fuera del autobús**, **la red tiene el mayor peso** para los viajeros de Oviedo. **El diseño de recorridos de las líneas** es el factor de **mayor importancia** dentro de este grupo.

La **facilidad de contacto con la empresa** junto con el **servicio de atención al usuario** son los **aspectos** que **mayor peso** tiene dentro del capítulo de los **servicios auxiliares** proporcionados por ALSA.

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

### Importancia de los componentes del servicio.

Muestra total (211)

Porcentajes

	2013	2012	DIF
<b>GRUPO A</b>			
Importancia superior al 3,5%.			
Trato adecuado a los usuarios	4,3%	4,2%	0,1%
Comodidad del viaje por nº de viajeros	4,2%	3,9%	0,3%
Información correcta y adecuada	3,9%	3,5%	0,4%
Identificación del nº de línea bien visible	3,8%	3,7%	0,1%
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%	3,7%	0,0%
Servicio de atención al usuario	3,7%	3,7%	0,0%
Suavidad en la conducción	3,5%	3,5%	0,0%
La facilidad de acceso	3,4%	3,4%	0,0%
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,3%	3,4%	0,0%
Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables	3,2%	3,5%	-0,3%
La información dentro del autobús	3,2%	3,2%	0,0%
Cumplimiento de horarios y frecuencias	3,1%	2,8%	0,2%
Duración del trayecto	3,1%	3,0%	0,1%
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,1%	2,8%	0,3%
Tiempo de acceso al autobús	3,0%	3,3%	-0,3%
Avisos de incidencias en el servicio	3,0%	3,4%	-0,3%
Diseño de recorridos de las líneas	3,0%	2,8%	0,2%
Servicio de objetos perdidos	3,0%	3,1%	-0,1%
Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas	3,0%	2,8%	0,1%
Calefacción y aire acondicionado	2,8%	2,7%	0,1%
Aspecto e imagen del conductor	2,6%	3,1%	-0,5%
La limpieza general interior de los autobuses	2,5%	2,6%	-0,1%
Amplitud de la red de autobuses	2,5%	2,5%	-0,1%
La información de recorridos / Líneas en las paradas	2,4%	2,0%	0,4%
Cercanía a la parada	2,3%	2,5%	-0,2%
Conexión con otros medios y entre líneas	2,0%	2,4%	-0,4%
La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%	2,0%	0,0%
<b>GRUPO B</b>			
Importancia entre el 3,5% y el 2,5%			
<b>GRUPO C</b>			
Importancia menor del 2,5%			

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

En el análisis del ranking de atributos, en el **Grupo A**, compuesto por los **atributos más importantes** (con una importancia superior al 3,5%) se encuentran dos elementos relacionados con el **conductor**: el trato adecuado a los viajeros que tiene un 4,3% de influencia en el ISC y la **información** que proporciona (3,9%). Dos con el **autobús**: la **comodidad del viaje por el número de viajeros dentro del autobús** con un 4,2% y la visibilidad del número de línea (3,8%). Y los dos últimos de este grupo pertenecen a los **servicios auxiliares de la empresa**: la **facilidad de contacto** y el **servicio de atención al usuario**, ambos con 3,7% de peso en el ISC.

En el **Grupo C**, con pesos inferiores al 2,5%, destacamos la **información que está disponible en las paradas y la conexión con otros medios de transporte** con un 2%.

En el **Grupo B**, el de importancia media, señalamos que el peso relativo que ha perdido la **imagen del conductor** (de 3,1% a 2,6%). Entre el reto de atributos se una cierta estabilidad entre la influencia que ostentaban el años pasado y la que ejercen esta ola.

## 02 2 Importancia en la satisfacción con el servicio

### Importancia de los aspectos del servicio, agrupados temáticamente, en el ISC

Muestra total (211)

Porcentajes

<b>INFORMACIÓN</b>	
Información correcta y adecuada	18,3%
Identificación del nº de línea bien visible	3,9%
La información dentro del autobús	3,8%
Avisos de incidencias en el servicio	3,2%
La información de recorridos / Líneas en las paradas	3,0%
La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,4%
	2,0%
<b>FRECUENCIA</b>	
Comodidad del viaje por nº de viajeros	16,3%
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	4,2%
Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables	3,3%
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,2%
Amplitud de la red de autobuses	3,1%
	2,5%
<b>ATENCIÓN</b>	
Trato adecuado a los usuarios	14,7%
Facilidad de contacto con la empresa	4,3%
Servicio de atención al usuario	3,7%
Servicio de objetos perdidos	3,7%
	3,0%
<b>DURACION</b>	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	11,5%
Duración del trayecto	3,1%
Diseño de recorridos de las líneas	3,1%
Cercanía a la parada	3,0%
	2,3%
<b>ACCESO</b>	
La facilidad de acceso	8,5%
Tiempo de acceso al autobús	3,4%
Conexión con otros medios y entre líneas	3,0%
	2,0%
<b>LIMPIEZA</b>	
Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas	8,0%
Aspecto e imagen del conductor	3,0%
La limpieza general interior de los autobuses	2,6%
	2,5%
<b>CONFORT</b>	
Suavidad en la conducción	6,3%
Calentamiento y aire acondicionado	3,5%
	2,8%

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

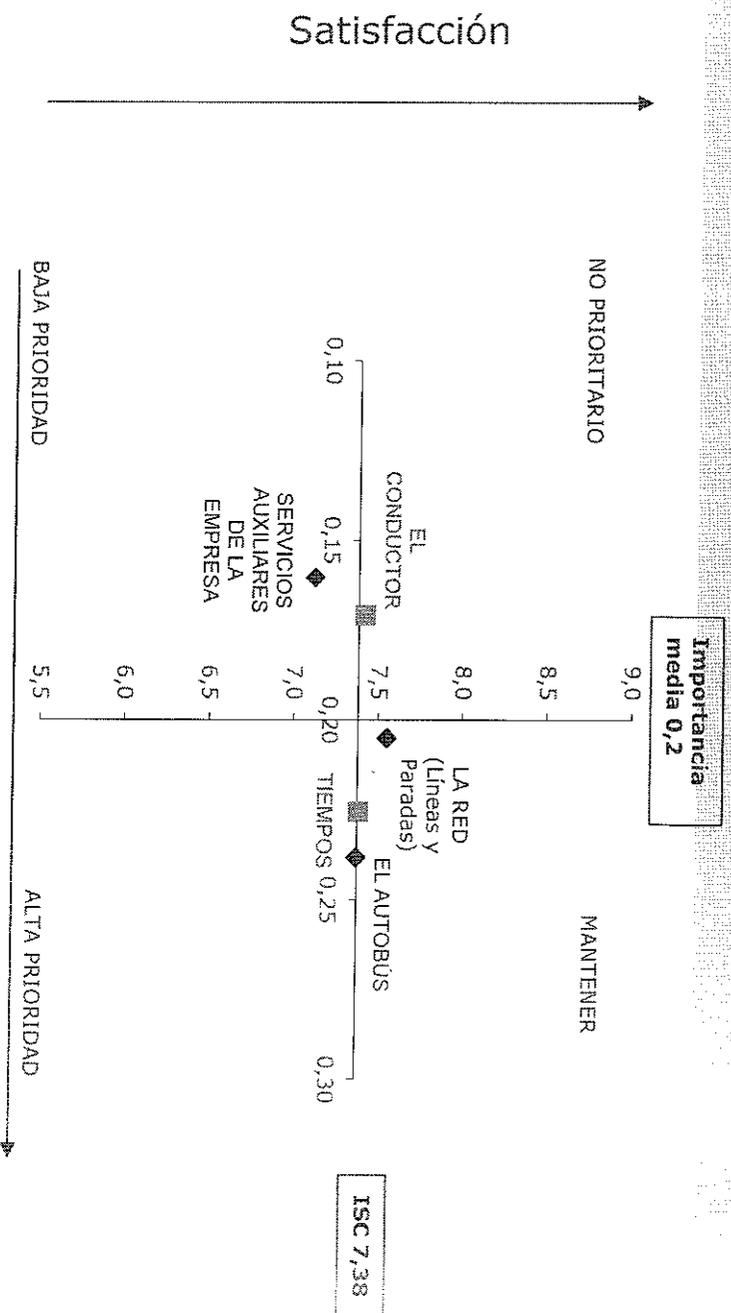
**Si agrupamos temáticamente los diferentes atributos** que conforman el servicio, **la Información, es el tema más importante** a la hora de evaluar el servicio.

Las agrupaciones relacionadas con **la frecuencia** y **la atención** tienen pesos de alrededor del 15%. La suma de los elementos relacionados con **el acceso** , **la limpieza** y **el confort** están por debajo del 1.0% de peso relativo.

A continuación, hemos analizado la importancia y la satisfacción de los diferentes componentes del servicio de manera conjunta, para así poder establecer dimensiones que nos ayuden a detectar donde se encuentran los aspectos que requieren de una mejora prioritaria como los que deben seguir reforzándose para mantener la actual satisfacción.

Hemos tomado el ISC global del servicio como punto medio de satisfacción. En el caso de la importancia, hemos obtenido el peso medio dividiendo el número total de atributos entre 1 (peso total).

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio



En primer lugar, ningún grupo de atributos se sitúa claramente en el cuadrante de "alta prioridad", ni tampoco claramente en el de "mantener".

Los grupos de atributos relacionados con **la red, los tiempos y el autobús** se sitúan encima de los ejes, en los límites entre "mantener" (alta satisfacción y alta importancia) y "alta prioridad" (baja satisfacción y alta importancia). Por otro lado, **el conductor**, aparece también con una valoración muy parecida a la global aunque con un importancia relativa baja.

**Los servicios auxiliares de la empresa**, por el contrario, sí se pueden encuadrar: en el cuadrante de "baja prioridad". A continuación, presentamos lo que ocurre con cada uno de los ítems del servicio.

# 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

## ASPECTOS NO PROPIETARIOS (SATIS. ALTA IMPOR. BAJA)

	IMPOR.	SATIS.
La facilidad de acceso	3,4%	7,43
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,3%	7,60
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	3,2%	7,47
La información dentro del autobús	3,2%	7,78
Cumplimiento de horarios y frecuencias	3,1%	7,76
Tiempo de acceso al autobús	3,0%	7,69
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	3,0%	8,05
Aspecto e imagen del conductor	2,6%	7,98
La limpieza general interior de los autobuses	2,5%	7,80
Amplitud de la red de autobuses	2,5%	7,50
La información de recorridos / líneas en las paradas	2,4%	7,72
Cercanía a la parada	2,3%	8,11
Información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%	7,42

## ASPECTOS BAJA PRIORIDAD (SATIS. BAJA IMPOR. BAJA)

	IMPOR.	SATIS.
Suavidad en la conducción	3,5%	6,65
La duración del trayecto	3,1%	7,14
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,1%	6,48
Avisos de incidencias en el servicio	3,0%	6,95
Diseño de recorridos de las líneas	3,0%	7,12
Servicio de objetos perdidos	3,0%	7,02
Calentamiento y aire acondicionado	2,8%	6,72
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	2,0%	6,92

## ASPECTOS A MANTENER (SATIS. ALTA IMPOR. ALTA)

	IMPOR.	SATIS.
Trato adecuado a los usuarios	4,3%	7,53
Identificación del nº de línea bien visible	3,8%	8,42
Información correcta y adecuada	3,9%	7,67

## ASPECTOS ALTA PRIORIDAD (SATIS. BAJA IMPOR. ALTA)

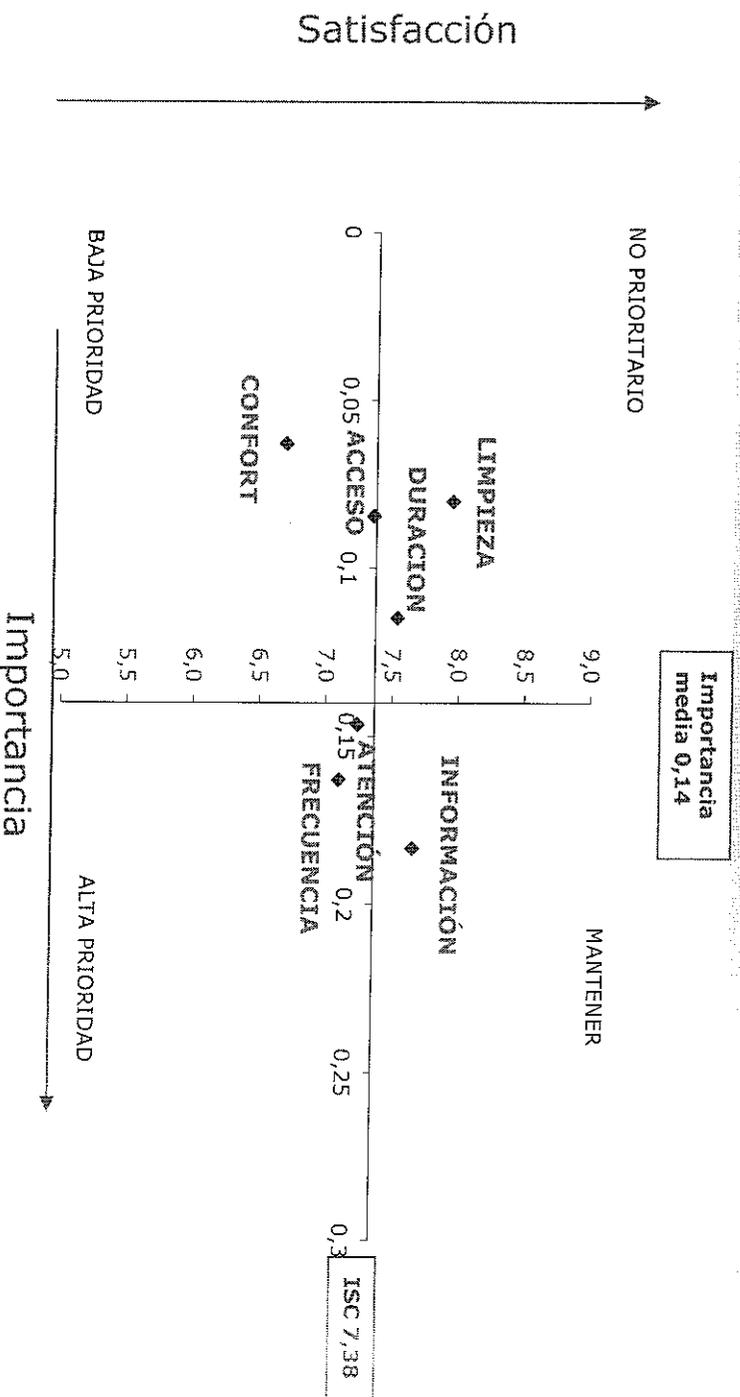
	IMPOR.	SATIS.
Comodidad del viaje por número de viajeros	4,2%	6,46
Servicios de atención al usuario	3,7%	7,10
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%	7,31



R-72453

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

## 02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio



Utilizando la agrupación temática, **la INFORMACIÓN** se encuentra entre los **aspectos a mantener**, es decir **con una satisfacción y un peso superior a la media**.

**La ATENCIÓN** y la **FRECUENCIA**, aunque en lo límites, aparecen en el cuadrante de "alta prioridad".

El **CONFORT** es un aspecto que no resulta muy bien valorado pero a su vez no tiene mucha importancia, así que aparece con una **prioridad baja**. El **ACCESO** se encuentra en los límites.

La **LIMPIEZA** y la **DURACIÓN** aparecen en los límites de las actuaciones **no prioritarias**, con valoraciones superiores a la media pero un importancia relativa baja.

  
RANDOM

**ALSA**

R/2453  
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

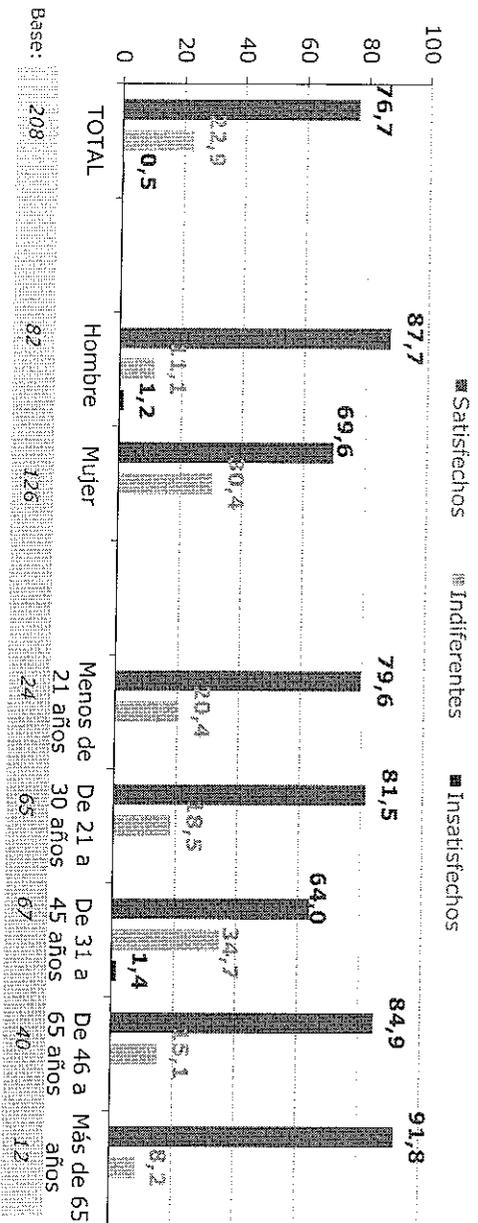
## 02 3 Satisfacción con el servicio según características de la muestra

## 02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio

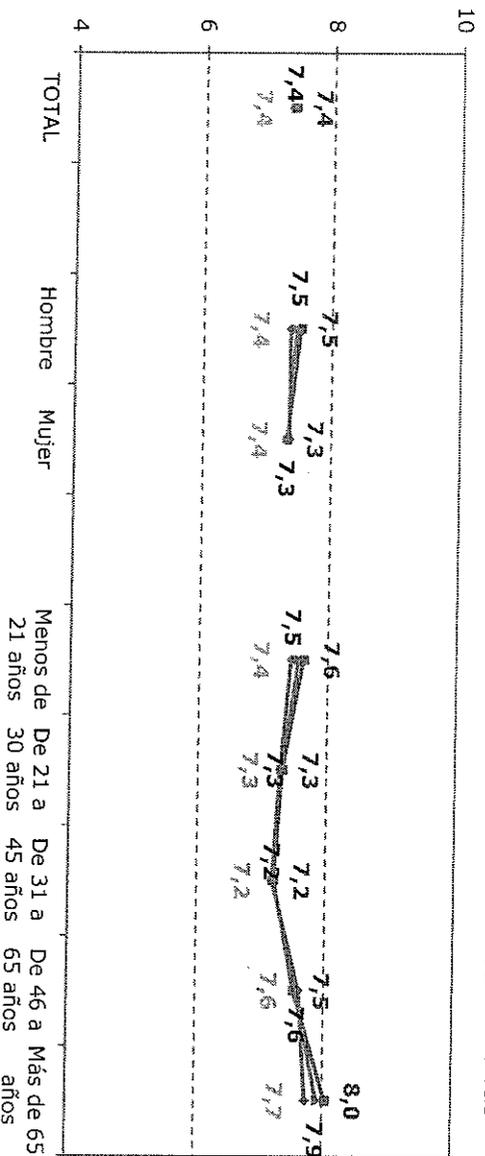
### Satisfacción según sexo y edad

Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



Atendiendo al sexo del entrevistado, la tasa de satisfacción de los hombres es mayor a la de las mujeres. En cuanto a la edad, se observa una tendencia de mayor satisfacción cuanto mayor es el viajero.



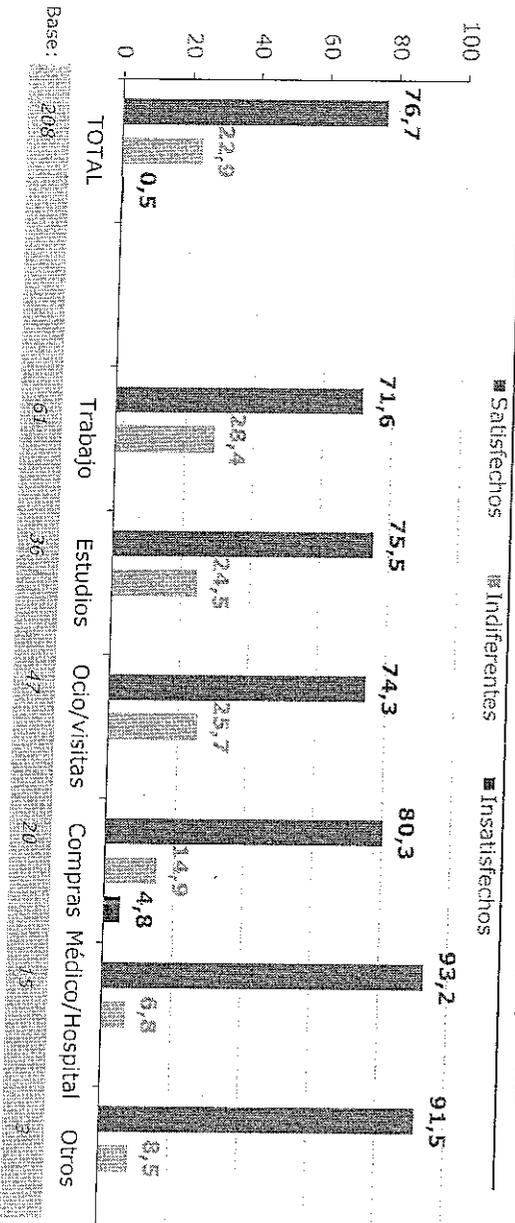
**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

## 02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio

### Satisfacción según motivo principal del viaje

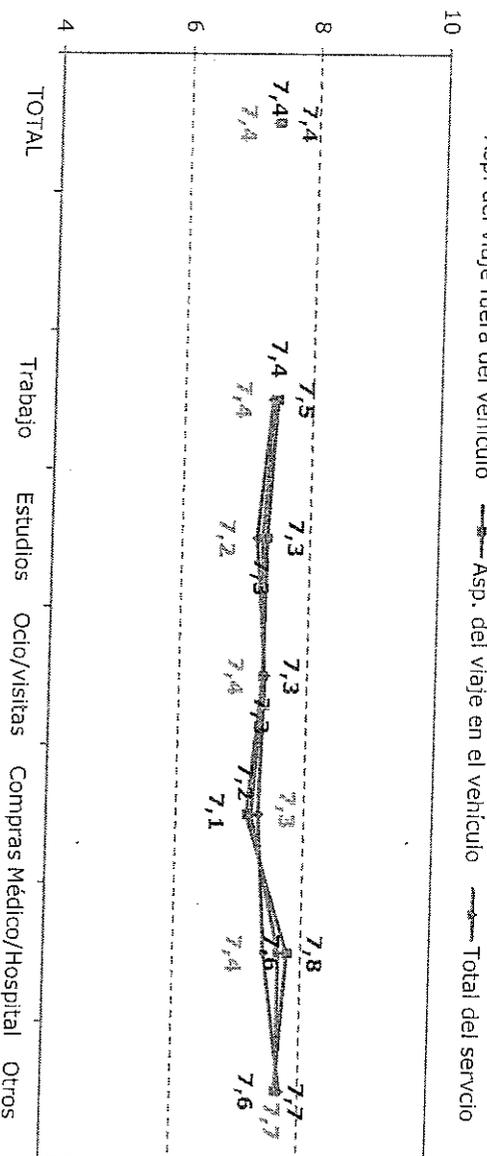
Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



### motivo del viaje

Destacamos que son los viajeros que utilizan el servicio para visitar al médico, son los que se declaran más satisfechos con los diferentes aspectos del servicio.



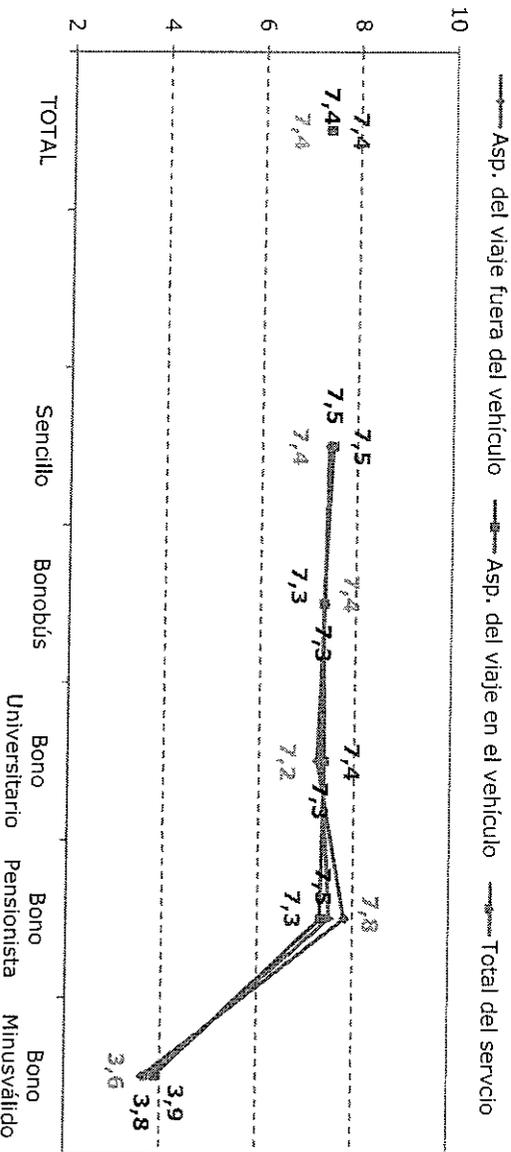
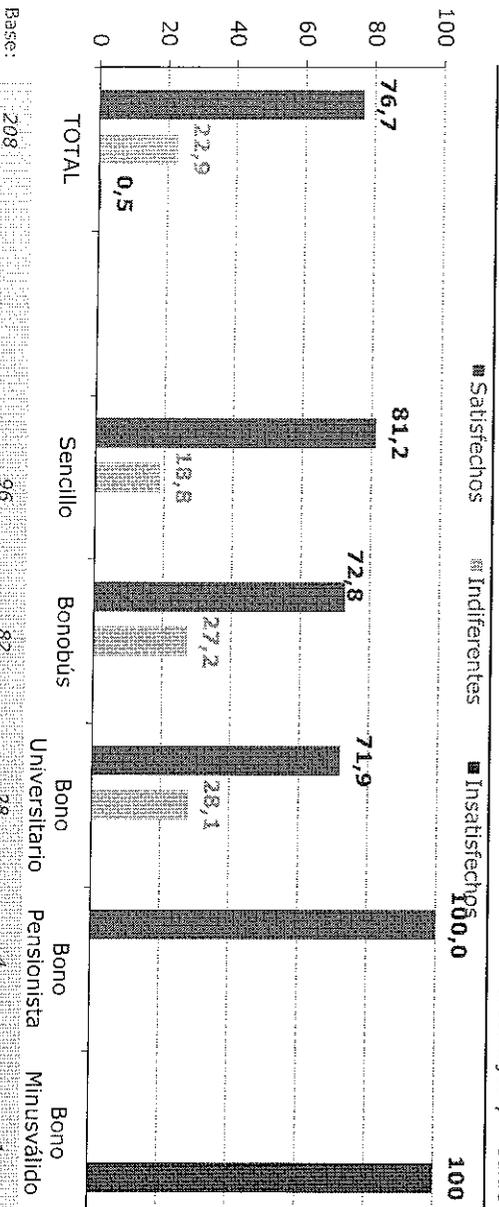
**Satisfechos** Los que puntúan > 6 pts.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 pts.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 pts.

## 02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio

### Satisfacción según sexo y edad

Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



### Tipo de billete

Atendiendo al tipo de billete utilizado, con bases muy parecidas, son los usuarios del billete sencillo y de bonobús los que más satisfechos se declaran. Los usuarios del bono pensionista y del minusválido tienen una base demasiado reducida como para extraer conclusiones.

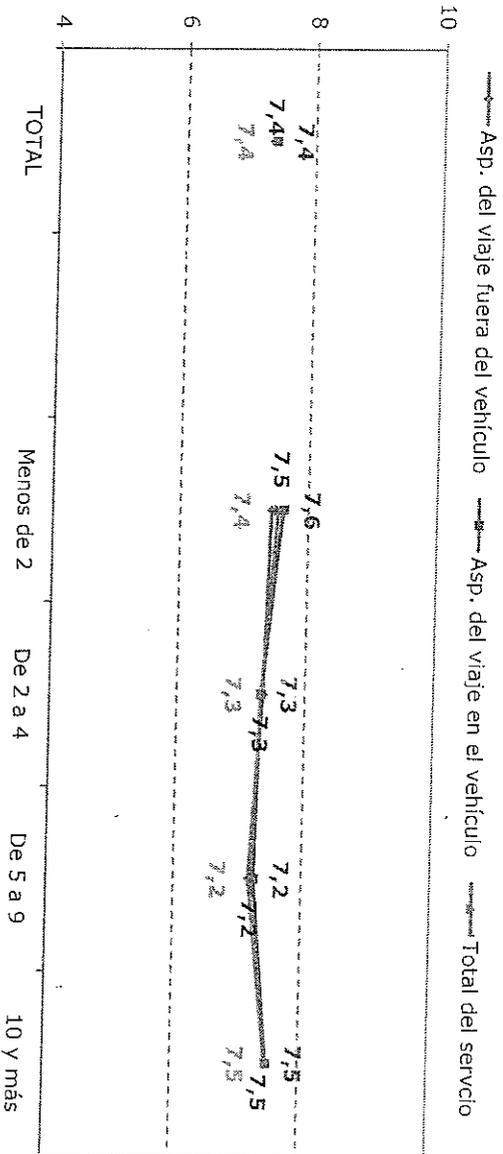
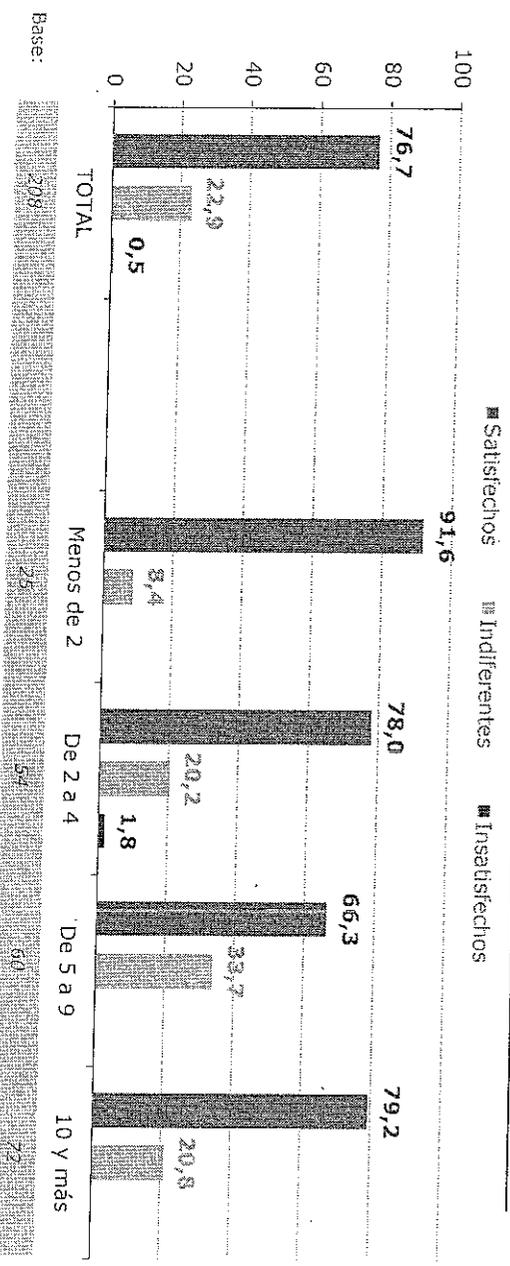
**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

## 02.3 Satisfacción con los aspectos del servicio frecuencia del viaje a la semana

### Satisfacción según frecuencia del viaje

Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



Según el número de viajes que se realizan a la semana, es entre los viajeros menos asiduos donde se encuentra la mayor proporción de satisfechos con el servicio.

Lo mismo ocurre con las valoraciones medias obtenidas, tanto global como de los dos grandes grupos de aspectos valorados.

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



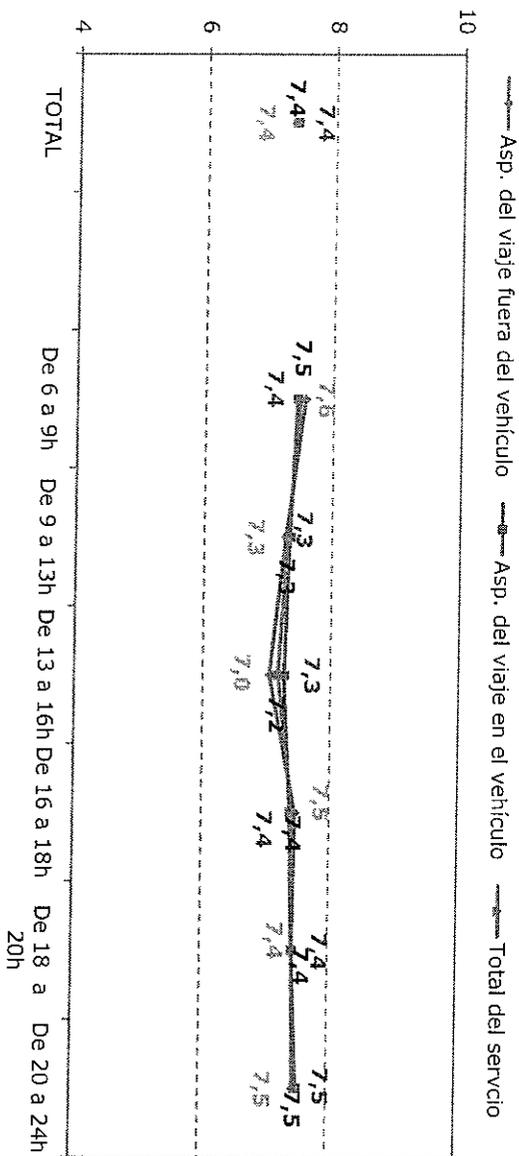
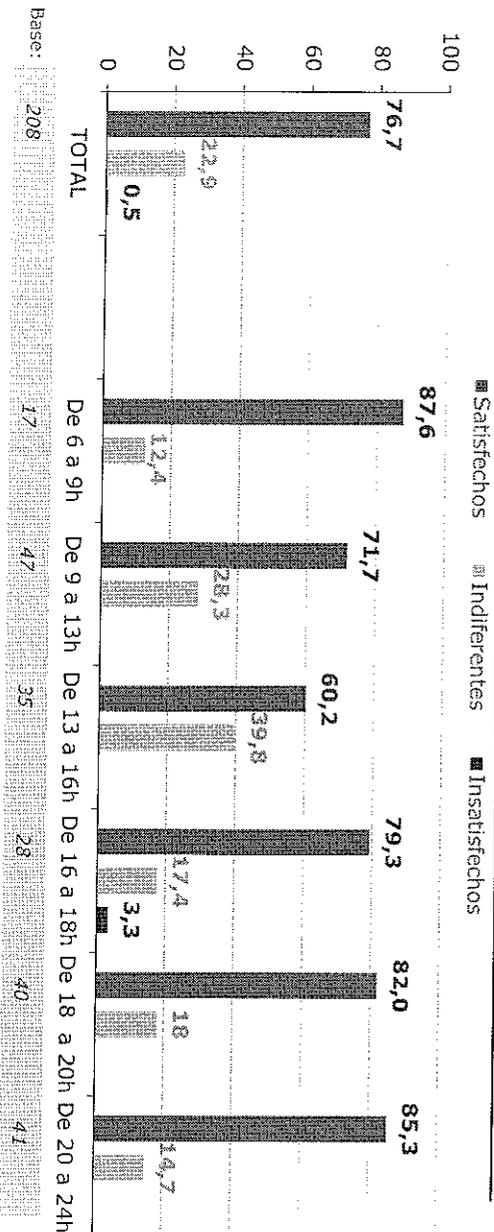
R 72453  
 INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

## 02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio hora del viaje

### Satisfacción según la hora en la que se viaja

Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



### hora del viaje

Son los viajeros de primera hora de la mañana y de última por la noche lo que se declaran más satisfechos con el servicio.

Por el contrario, señalamos que los usuarios que viajan entre las 13 y las 16, son los que otorgan peores valoraciones medias al servicio.

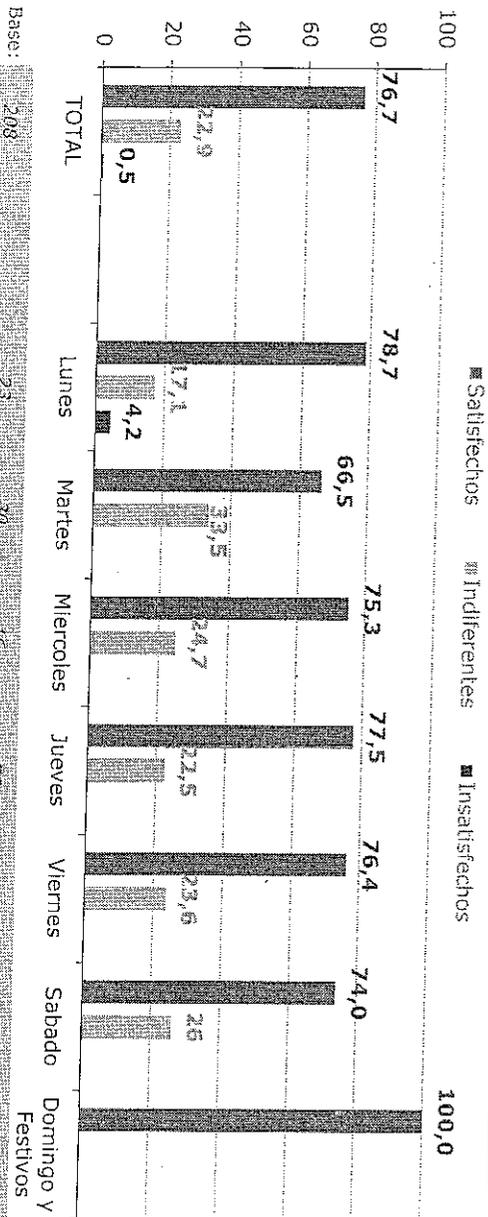
**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

## 02.3 Satisfacción con los aspectos del servicio día del viaje

### Satisfacción según el día en el que se viaja

Muestra depurada (208)

Porcentajes y medias



Base:

208

Asp. del viaje fuera del vehículo

23

Asp. del viaje en el vehículo

30

16

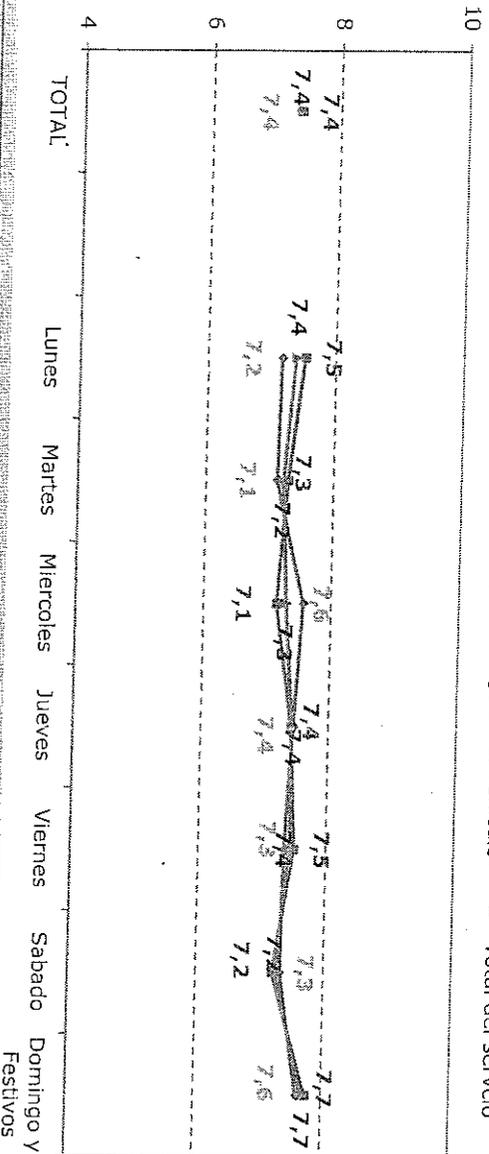
Total del servicio

55

39

31

14



día del viaje

Observamos que entre los viajeros encuestados en domingos y festivos solo hay viajeros que se declaran se declararían satisfechos con el servicio.

Destacaríamos el lunes que con una buena tasa de satisfacción es el único día de la semana que tiene viajeros insatisfechos.

**Satisfechos** Los que puntúan > 6 ptos.  
**Indiferentes** Los que puntúan de 4 a 6 ptos.  
**Insatisfechos** Los que puntúan < 4 ptos.

RANDOM

ALISA

R1/2453

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

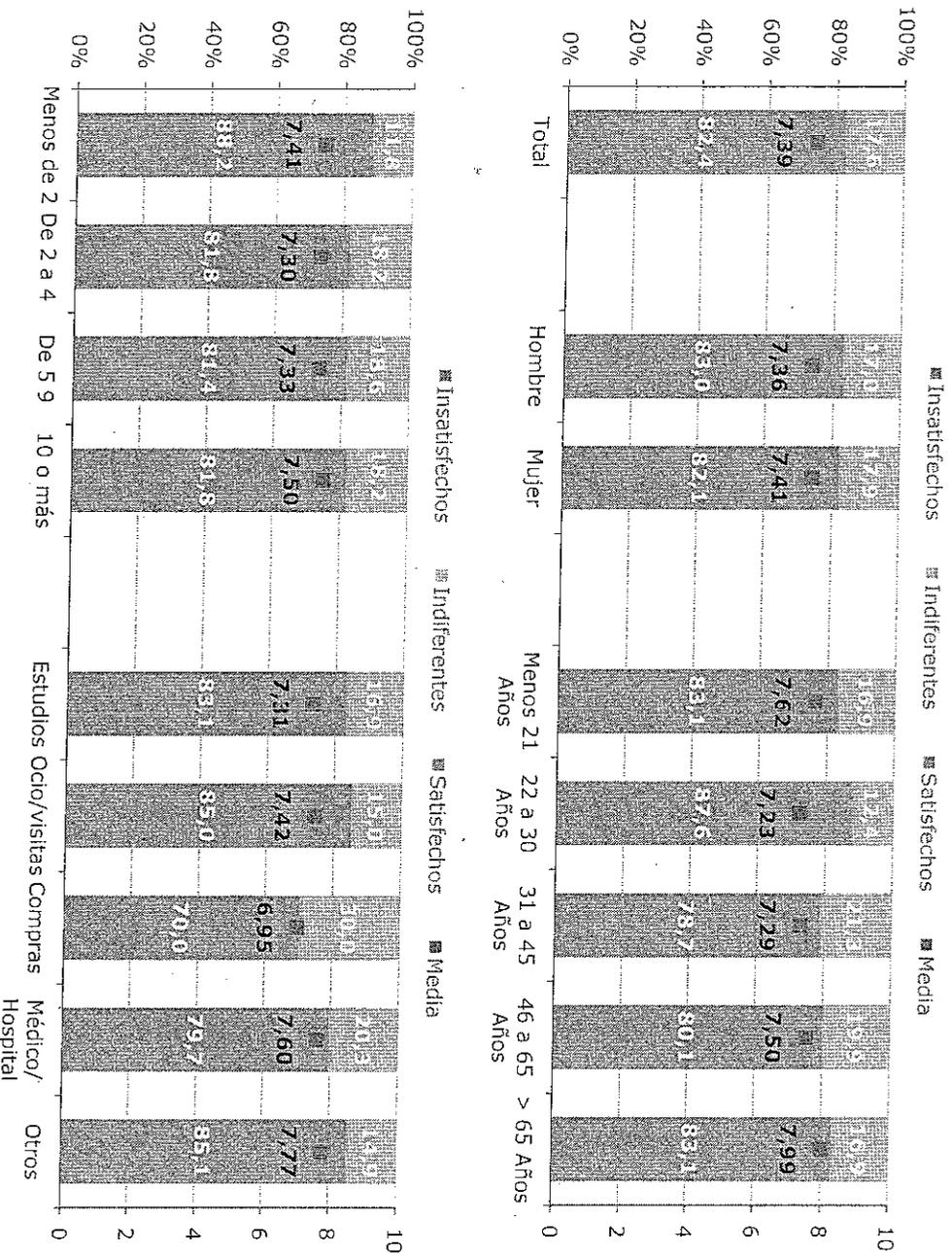
# 03 Satisfacción y recomendación de la empresa

### 03 Satisfacción y recomendación de la empresa

#### Satisfacción con la empresa según sexo, edad, frecuencia y motivo del viaje

Muestra total (211)

Porcentajes



Atendiendo a la frecuencia de viajes se aprecia una tendencia en la que a mayor asiduidad de uso del servicio mayor satisfacción con la empresa e índice de recomendación.

En cuanto al motivo principal del viaje, no nos encontramos grandes diferencias a excepción de los viajeros que utilizan el servicio para ir de compras en los que hay una tasa de insatisfacción mayor que en el resto



R/22453

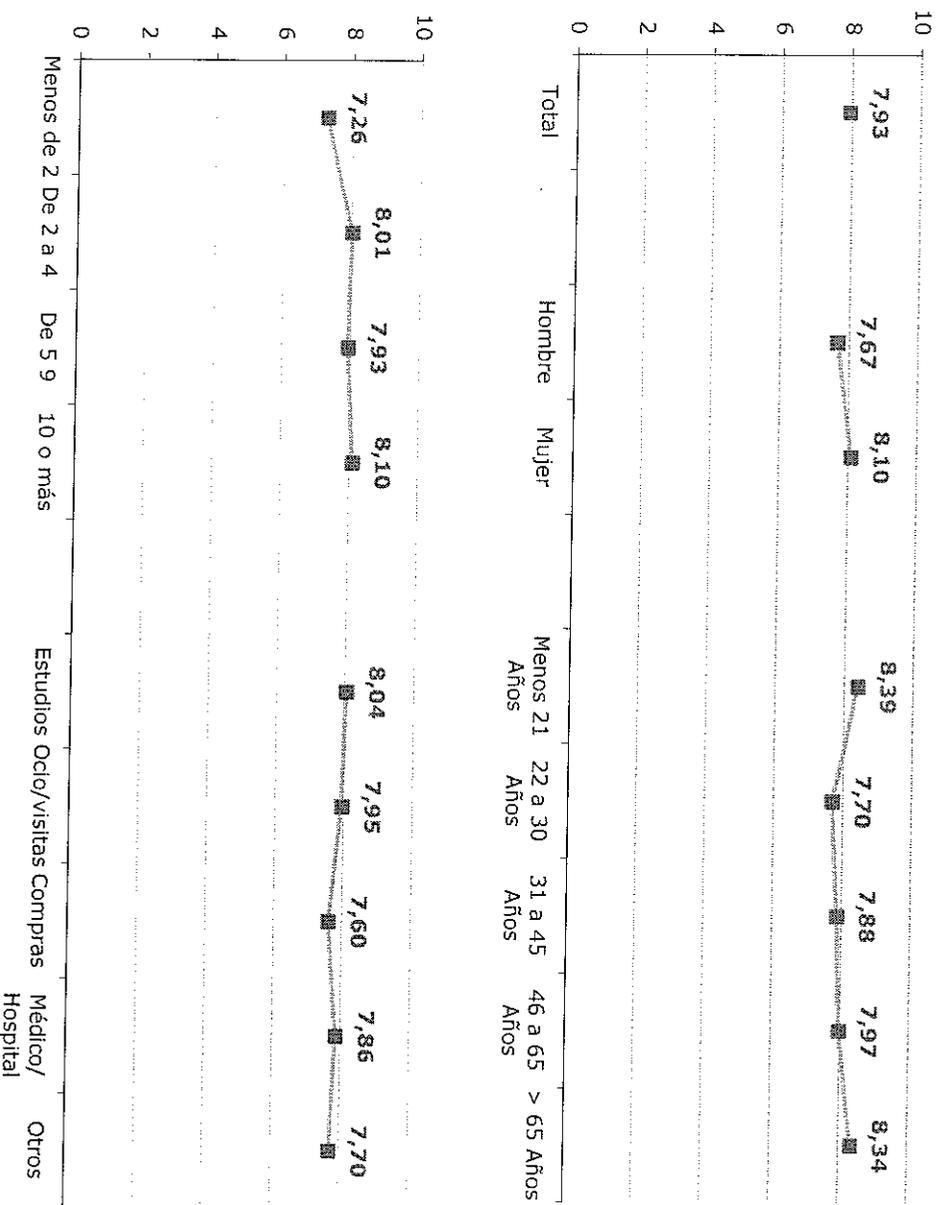
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

### 03 Satisfacción y recomendación de la empresa

#### Repetición del viaje con ALSA según sexo, edad, frecuencia y motivo del viaje

Muestra total (211)

Medias (0-10)

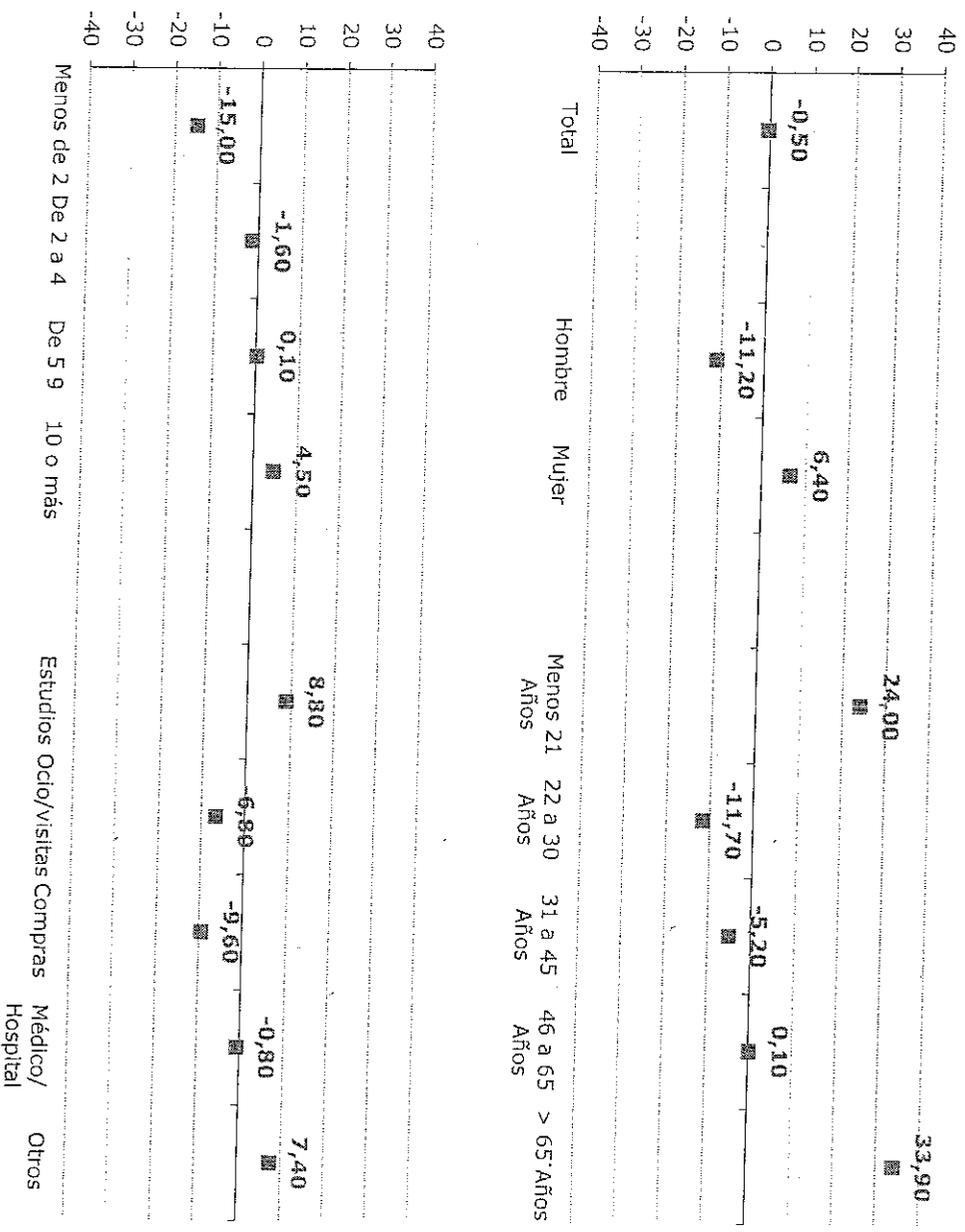


Atendiendo a la frecuencia de viajes se aprecia una tendencia en la que a mayor asiduidad de uso del servicio mayor satisfacción con la empresa e índice de recomendación.

En cuanto al motivo principal del viaje, no nos encontramos grandes diferencias a excepción de los viajeros estudiantes en los que hay un porcentaje de viajeros que se declaran algo insatisfechos y que probablemente no recomendaría la empresa. (17% y 11%). La mayor tasa de recomendación la encontramos entre los viajeros que hacen uso del servicio por ocio.

### 03 Satisfacción y recomendación de la empresa

**Recomendación de la empresa según sexo, edad, frecuencia y motivo del viaje**  
 Muestra total (211) NPS = Promotores (9+10) - Detractores (0-6) Porcentajes



El índice de recomendación en general es prácticamente neutral. En cambio, entre los hombres es negativo y entre las mujeres positivo, con una distancia entre ambos de más de 15 puntos.

Atendiendo a la frecuencia de viajes se aprecia una tendencia en la que a mayor asiduidad, mayor índice de recomendación.

En cuanto al motivo principal del viaje, son los viajeros estudiantes los que más proporción de promotores ostentan.



R/22453  
 INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

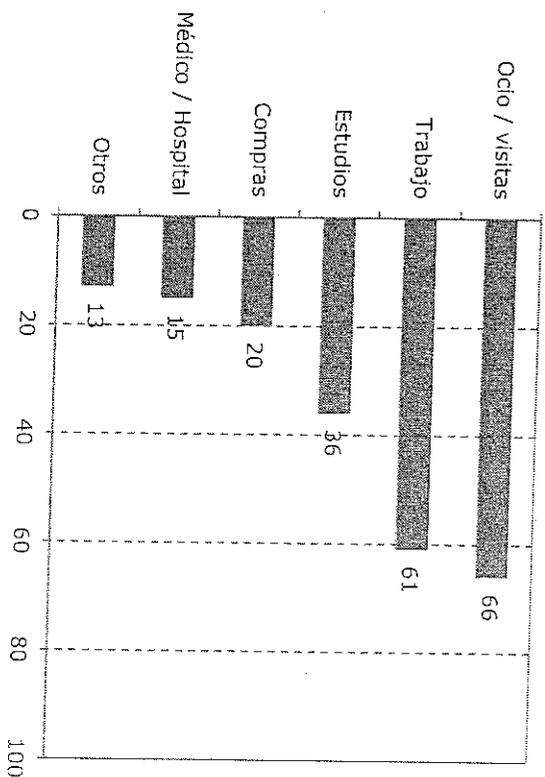
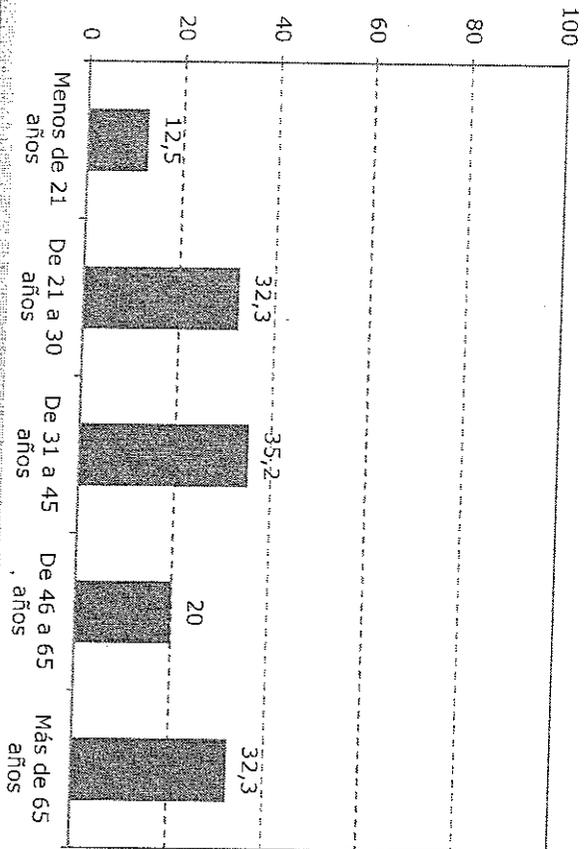
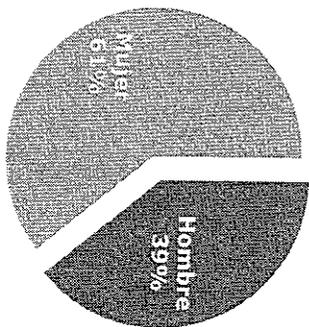
# 04 Perfil del viajero

## 04 Perfil del viajero

### Distribución de la muestra por sexo, edad y motivo del viaje

Muestra total (211)

Porcentajes



La mayoría de los viajeros entrevistados son mujeres.

El grupo mayoritario de edad es el de los viajeros entre 21 y 45 años.

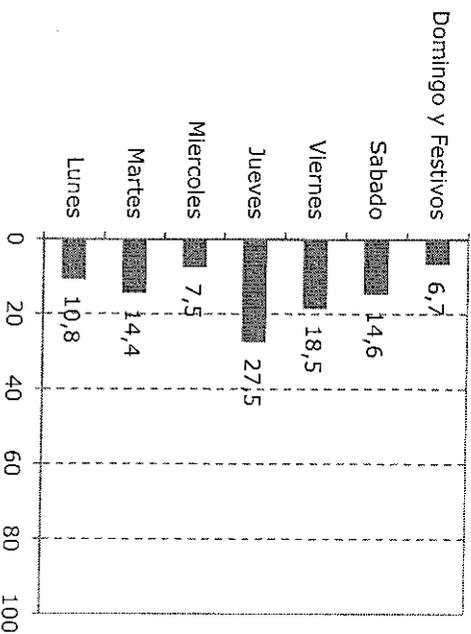
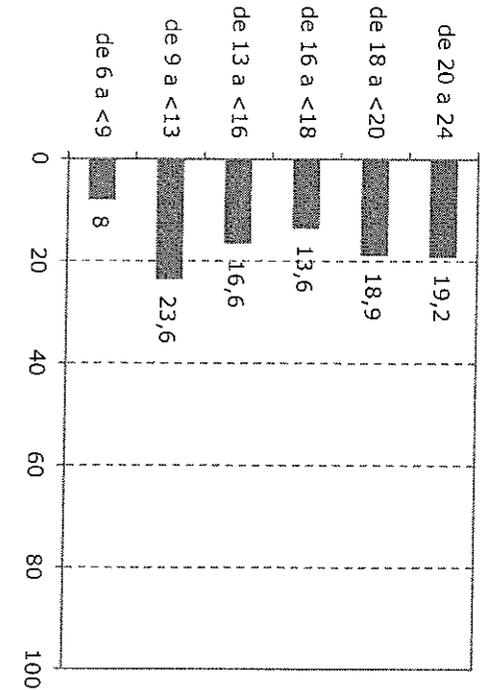
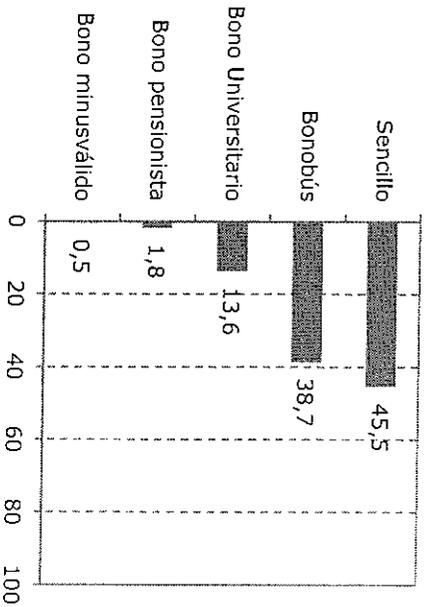
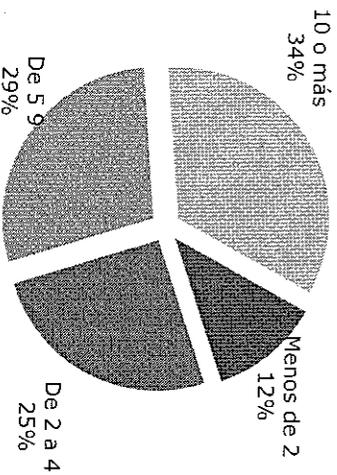
Los motivos principales de uso del servicio son el ocio y el trabajo.

## 04 Perfil del viajero

Distribución de la muestra por frecuencia (nº de viajes a la semana), hora, día en el que se viaja y tipo de billete utilizado

Muestra total (211)

Porcentajes



La mayoría de los viajeros de Oviedo son usuarios frecuentes del servicio de autobuses urbanos (cinco más viajes por semana).

La mayoría de los viajeros utiliza el billete sencillo o el bonobús.

El jueves es el día de mayor afluencia y casi la mitad de los encuestados viajaban entre las 9 y las 16h.

# 05 Conclusiones

## 05 Conclusiones

### De la satisfacción global con el servicio

La satisfacción de los usuarios con el servicio prestado por los autobuses urbanos de Oviedo es muy buena.

- . La satisfacción global con el servicio es de 7,38 puntos.
- . La tasa de satisfacción (usuarios que conceden seis o más puntos) es de un 76,7% y destacamos que solo el 0,5% de los viajeros se declaras insatisfechos con el servicio en global.

### De la satisfacción con los principales componentes del servicio

Aspectos del viaje en el vehículo:

El **conductor** es lo mejor valorado de esta etapa del servicio con todos sus atributos experimentando mejoras estadísticamente significativas.

Le siguen los ítems relacionados con **los tiempos** que también ascienden de manera estadísticamente significativa.

Finalmente **el autobús**, con una buena valoración se mantiene estable frente a la ola anterior con ligeros ascensos en las puntuaciones medias de sus diferentes atributos.

Aspectos del viaje fuera del vehículo:

La **red** es el aspecto **más satisfactorio** de todo el servicio con una valoración de 7,55 puntos. Los **servicios auxiliares de la empresa**, con un ISC de 7,12 puntos de media mejoran también de forma estadísticamente significativa.

## 05 Conclusiones

### LOS 10 ITEMS MEJOR VALORADOS

ITEM	I.S.C.
Identificación del nº de línea bien visible	8,42
Cercanía a la parada	8,11
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	8,05
Aspecto e imagen del conductor	7,98
La limpieza general interior de los autobuses	7,80
La información dentro del autobús	7,78
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,76
La información de recorridos / líneas en las paradas	7,72
Tiempo de acceso al autobús	7,69
Información correcta y adecuada	7,67

### LOS 10 ITEMS QUE MÁS HAN MEJORADO

ITEM	DIF 13-12
La duración del trayecto	0,91
Amplitud de la red de autobuses	0,78
Calefacción y aire acondicionado	0,69
Trato adecuado a los usuarios	0,68
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de :	0,67
Hora de inicio/finización del servicio en días laborable:	0,62
Suavidad en la conducción	0,61
La información de recorridos / líneas en las paradas	0,61
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	0,59
Cercanía a la parada	0,55

### LOS 10 ITEMS PEOR VALORADOS

ITEM	I.S.C.
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,46
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de :	6,48
Suavidad en la conducción	6,65
Calefacción y aire acondicionado	6,72
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,92
Avisos de incidencias en el servicio	6,95
Servicio de objetos perdidos	7,02
Servicios de atención al usuario	7,10
Diseño de recorridos de las líneas	7,12
La duración del trayecto	7,14

### LOS 10 ITEMS QUE MÁS HAN EMPEORADO

ITEM	DIF 13-12
Ningún item ha empeorado	

## 05 Conclusiones

### De la importancia de los principales componentes del servicio en el ISC

Como ya hemos dicho **los aspectos relacionados con el viaje en el vehículo son los más importantes**, liderándolos el **autobús**.

En cuanto a la evolución de la influencia de los atributos e la satisfacción del servicio, en esta ola no se han visto grandes cambios. Cabe señalar la pérdida de peso relativo del **aspecto e imagen del conductor** (-0,5%) y la de **la conexión con otros medios** (-0,4%). Por el contrario, la **información en la paradas** y la **información** que proporciona el conductor ven incrementado su peso en un 0,4%.

#### LOS 5 ITEMS MÁS IMPORTANTES

ITEM	PESO
Trato adecuado a los usuarios	4,3%
Comodidad del viaje por nº de viajeros	4,2%
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%
Identificación del nº de línea bien visible	3,8%
Servicio de atención al usuario	3,7%

#### LOS 5 ITEMS MENOS IMPORTANTES

ITEM	PESO
La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%
Conexión con otros medios y entre líneas	2,0%
Cercanía a la parada	2,3%
La información de recorridos / líneas en las paradas	2,4%
Amplitud de la red de autobuses	2,5%

### Recomendaciones

Dada la evolución positiva desde la ola pasada, tras detectar aspectos del servicio que generan una gran satisfacción y que además son importantes, como son aspectos relacionados con la red y el autobús, recomendamos que se siga trabajando en la calidad de los mismos, manteniendo la buena valoración que reciben los atributos relacionados con la información para así conseguir afianzar y/o aumentar la satisfacción global con el servicio.



# RANDOM

Estudios de Opinión, Marketing  
y Socioeconómicos S.A.  
[www.random-eoms.com](http://www.random-eoms.com)

**Madrid**  
C/ Joaquín Costa, 15 - 28002 Madrid  
**Barcelona**  
Avenida de Pablo Iglesias, 24 - 28003 Madrid  
**Rambles Catalunya, 38 - 08007 Barcelona**

RANDOM: Estudios de Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A.

Y sus productos están registrados en el I.N.F.T.S.O. (2025)

**Contacto**  
T: (+34) 91 453 00 22  
Fax: (+34) 91 453 00 21  
[random@random-eoms.com](mailto:random@random-eoms.com)  
[random@bch.random-eoms.com](mailto:random@bch.random-eoms.com)

Da conformidad con la legislación de Privacy, en virtud de la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos de Carácter Personal, informamos a los interesados de que los datos personales que nos suministra al realizar un encuestado en el presente formulario serán tratados por el responsable de los datos de carácter personal, RANDOM, Estudios de Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A., con domicilio en la calle Joaquín Costa, 15, 28002 Madrid, España, en el marco de la actividad que se realiza en el presente formulario. Asimismo, informamos de que los datos personales que nos suministra al realizar un encuestado en el presente formulario serán tratados por el responsable de los datos de carácter personal, RANDOM, Estudios de Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A., con domicilio en la calle Joaquín Costa, 15, 28002 Madrid, España, en el marco de la actividad que se realiza en el presente formulario.