

Satisfacción del viajero con el transporte urbano de Oviedo

INFORME DE RESULTADOS

ALSA
R-61122
Noviembre 2012



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: 214 entrevistados.

Limpeza de datos: se ha aplicado una fase exhaustiva de comprobación y limpieza, habiéndose eliminado 17 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 8 de Octubre al 23 de octubre de 2012.

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 ENTREVISTAS
1	"Parque Principado- Catedrático Serrano"	43
2	"Lugones-Facultades"	66
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"	30
8	"Caravia- Latores"	1
9	"Floria- Olivares"	4
10	"Llamarique- Centro Asturiano"	3
11	"Avda. Torrelavega- Rodríguez Cabeza (Pumarín)"	15
12	"Parque Principado- Julían Clavería Hospital"	19
Total		214

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.

R
RANDOM

ALSA

R-61122

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

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 (197).

Medias

Resultado	Resultado	Resultado
2012	2011	Oviedo (12)

ISC 7,16 6,96

Asp. del viaje fuera del vehículo	7,64	6,97	***
Servicios de atención al usuario	6,82	6,70	
Avisos de incidencias en el servicio	6,54	6,62	
Servicio de objetos perdidos	6,49	6,63	
Facilidad de contacto con la empresa	6,84	7,22	
EL CONDUCTOR	6,70	6,80	
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	7,57	7,38	
Información de horarios y frec. en paradas	7,13	6,95	
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,91	7,11	
Diseño de recorridos de las líneas	6,73	7,26	
Amplitud de la red de autobuses	6,72	7,16	***
La información de recorridos / líneas en las paradas	7,11	7,50	
Cercanía a la parada	7,56	7,31	
EL VEHÍCULO	7,11	7,21	

Resultado	Resultado	Resultado
2012	2011	Oviedo (12)

ISC 6,71 6,96

Asp. del viaje en el vehículo	6,90	7,00	
La información dentro del autobús	7,31	7,49	
La facilidad de acceso	7,39	7,44	
La limpieza interior de los autobuses	7,38	7,20	
Identificación del nº de línea bien visible	8,01	7,84	
Comodidad del viaje por nº de viajeros	6,39	6,17	
Calefacción y aire acondicionado	6,03	6,21	
EL AUTOBUS	7,06	7,10	
Información correcta y adecuada	7,17	7,36	
Aspecto e imagen del conductor	7,50	7,59	
Suavidad en la conducción	6,03	6,47	
Trato adecuado a los usuarios	6,84	7,17	
EL CONDUCTOR	6,84	7,17	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,01	7,14	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,36	6,98	
Hora de inicio/finización del servicio en días laborables	6,86	7,16	
La duración del trayecto	6,23	6,58	
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	5,81	6,23	
Tiempo de acceso al autobús	7,31	6,93	
EL TIEMPO	6,71	6,96	

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

* Diferencia positiva
 * Diferencia negativa



R-61122

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

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 7,16 puntos. **En relación con el año pasado observamos una mejora**, con una valoración global media +0,2 puntos superior a la de 2011 (recordamos que en esta ola no se han tenido en cuenta los aspectos relacionados con los Títulos de Viaje).

En cuanto a los componentes generales del servicio, **los relacionados con los aspectos del viaje en el vehículo obtienen una valoración** de 6,9 puntos, este dato es levemente inferior al de año pasado (7 puntos).

Dentro de estos aspectos, **el autobús con 7,08** puntos consigue ser el aspecto general mejor valorado con una valoración muy similar a la del año pasado (7,02 puntos). Todos los atributos valorados que lo componen reciben valoraciones también levemente superiores a excepción de la **climatización** que recibe una puntuación inferior a la ola anterior.

Los aspectos relacionados con el **conductor**, con **6,87** puntos, también ven reducida la valoración global, **perdiendo 0,24 puntos**. Los diferentes atributos que componen este grupo reciben en esta ola valoraciones levemente inferiores a las recogidas el año pasado, aunque en ningún caso son empeoramientos estadísticamente significativos.

Los tiempos, siendo el aspecto general peor valorado, sufre una leve **bajada de 0,12** puntos, situando su ISC en **6,74** puntos. En este grupo cabe destacar **la frecuencia y horarios en festivos y fines de semana**, que recibe una valoración inferior a los 6 puntos y desciende en -0,24 puntos. Por el contrario, el **cumplimiento de horarios y frecuencias** experimenta un ascenso en +0,38 puntos frente a la edición anterior del estudio, aunque esta mejora tampoco es estadísticamente significativa.

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 ascenso estadísticamente significativo de +0,68 puntos, con un **ISC de 7,64** puntos.

Si analizamos grupo por grupo, el aspecto general mejor valorado es **la red, con 7,11 puntos**. Este dato es ligeramente inferior **al del 2011** (7,24 puntos). Dentro de este grupo nos encontramos con los dos elementos mejor valorados fuera del vehículo: **la limpieza y conservación de la marquesinas** (7,57 puntos) y **la cercanía a la parada** (7,56) que a su vez son el segundo y tercer atributo mejor valorados de todo el servicio. Sin embargo, también se aprecia un descenso significativo en la valoración **del diseño de recorridos**, con un empeoramiento de la valoración media de -0,53 puntos.

En el caso de los **servicios auxiliares de la empresa, el ISC** se mantiene estable descendiendo una pequeña décima (de 6,80 puntos en 2011 a los 6,70 puntos de esta edición). Todos los tributos que componen este grupo desciende en valoración a excepción de los **servicios de atención al usuario** que mejoran levemente alcanzado los 6,84 puntos.

02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Ranking de los aspectos del servicio, 2012, 2011 y diferencia entre ambos.
Muestra depurada (197)

Medias

	2012	2011	DIF
GRUPO A Puntuaciones superiores a los 7,5 puntos de media			
Identificación del nº de línea bien visible	8,01	7,84	0,16
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	7,57	7,38	0,19
Cercanía a la parada	7,56	7,31	0,26
Aspecto e imagen del conductor	7,50	7,59	-0,09
La facilidad de acceso	7,39	7,44	-0,05
La limpieza general interior de los autobuses	7,38	7,20	0,18
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,36	6,98	0,39
La información dentro del autobús	7,31	7,49	-0,18
Tiempo de acceso al autobús	7,31	6,93	0,38
Información correcta y adecuada	7,17	7,36	-0,19
Información de horarios y frecuencias en las paradas	7,13	6,95	0,18
La información de recorridos / líneas en las paradas	7,11	7,50	-0,38
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,01	7,14	-0,13
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	6,91	7,11	-0,20
Hora de inicio/finización del servicio en días laborables	6,86	7,16	-0,30
Trato adecuado a los usuarios	6,84	7,17	-0,32
Facilidad de contacto con la empresa	6,84	7,22	-0,38
Servicios de atención al usuario	6,82	6,70	0,12
Diseño de recorridos de las líneas	6,73	7,26	-0,53
Amplitud de la red de autobuses	6,72	7,16	-0,43
Avisos de incidencias en el servicio	6,54	6,62	-0,08
Servicio de objetos perdidos	6,49	6,63	-0,14
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,39	6,17	0,23
La duración del trayecto	6,23	6,58	-0,34
Suavidad en la conducción	6,03	6,47	-0,44
Calafateación y alta velocidad	6,03	6,21	-0,18
GRUPO C Puntuaciones inferiores a los 6,5 puntos de media	5,81	6,23	-0,42

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



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 siete puntos y medio**. Aquí encontramos 3 atributos: la **visibilidad del número de línea en el autobús** (8,01 puntos), la **limpieza y conservación de las marquesinas** (7,57 puntos) y la **cercanía de la parada** (7,56 puntos).

En el extremo opuesto (**grupo C**), con **puntuaciones por debajo de los 6 puntos**, nos encontramos con la **frecuencia de paso de los autobuses en festivos y fines de semana, el ítem peor valorado esta edición** que también desciende para obtener una valoración media de 5,8 puntos.

El resto de aspectos oscilan entre los 6 y los 7,5 puntos (**Grupo B**). Entre ellos cabe destacar el **descenso significativo de un aspecto relacionado con la red: el diseño de recorridos** (-0,53 puntos).

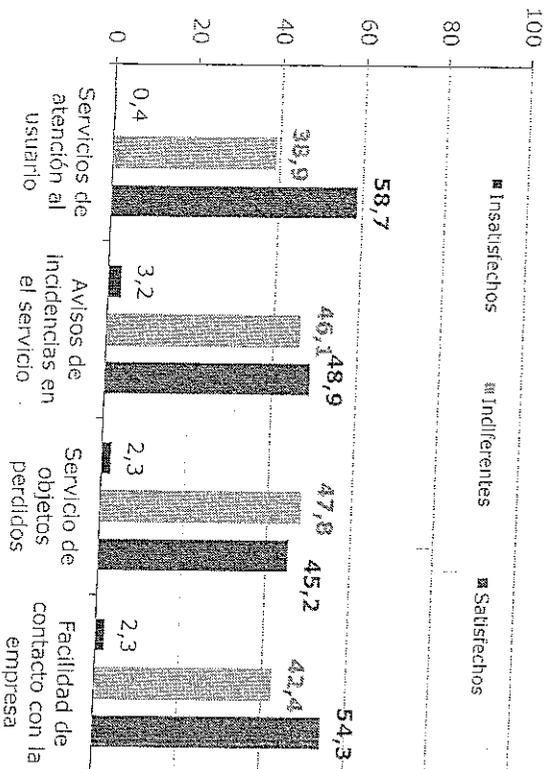
02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Aspectos del viaje fuera del vehículo

Satisfacción con SERVICIOS AUX. DE LA EMPRESA

Muestra depurada (197)

Porcentajes



El análisis de la insatisfacción nos muestra lo siguiente:
 La insatisfacción con los diferentes servicios auxiliares de la empresa es casi inexistente.

Satisfechos
 Indiferentes
 Insatisfechos

Los que puntúan > 6 ptos.
 Los que puntúan de 4 a 6 ptos.
 Los que puntúan < 4 ptos.

RANDOM

ALISA

R 61122

INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO Informe de resultados OVIEDO

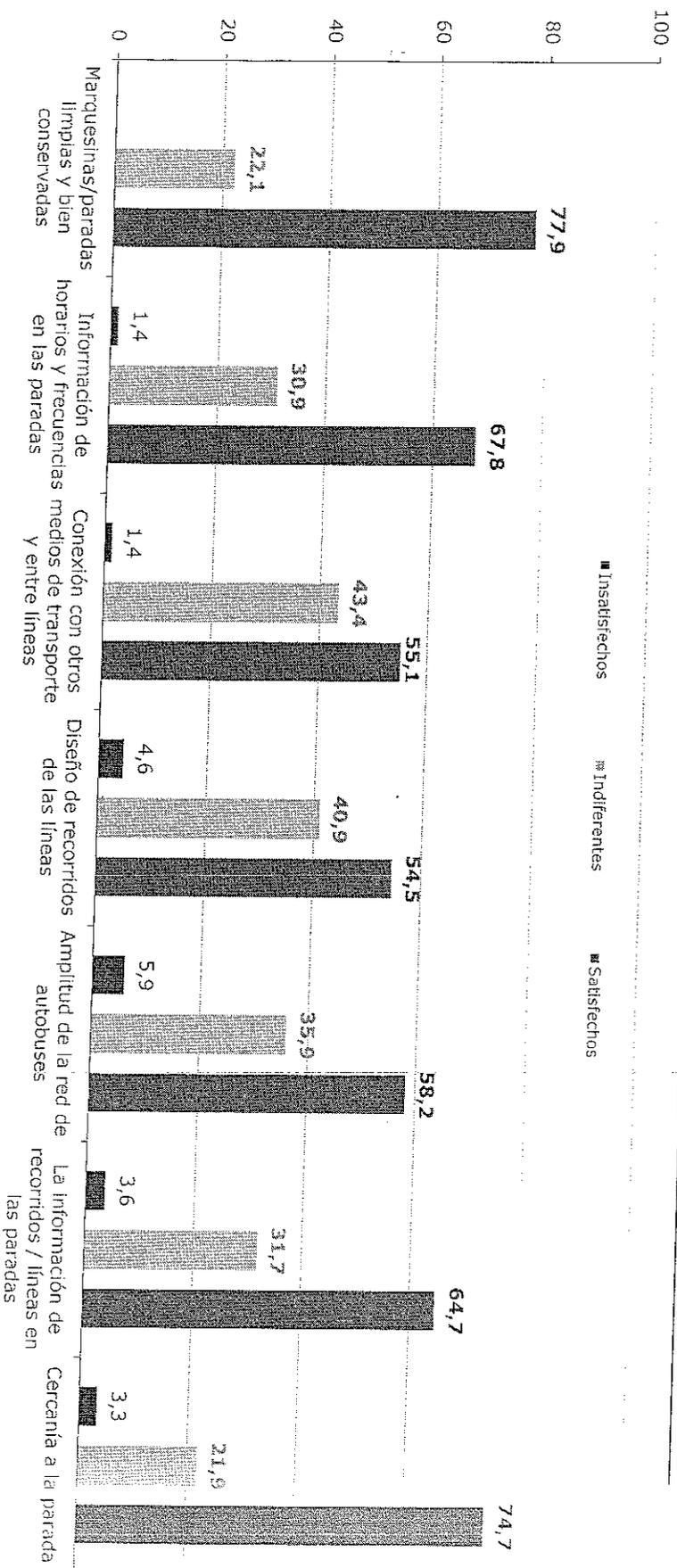
02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Aspectos del viaje fuera del vehículo

LA RED

Muestra depurada (197)

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. Donde más insatisfechos se encuentran, es en la amplitud de la red de autobuses con un 5,9% de tasa de insatisfacción, seguido del diseño de recorridos con un 5%.

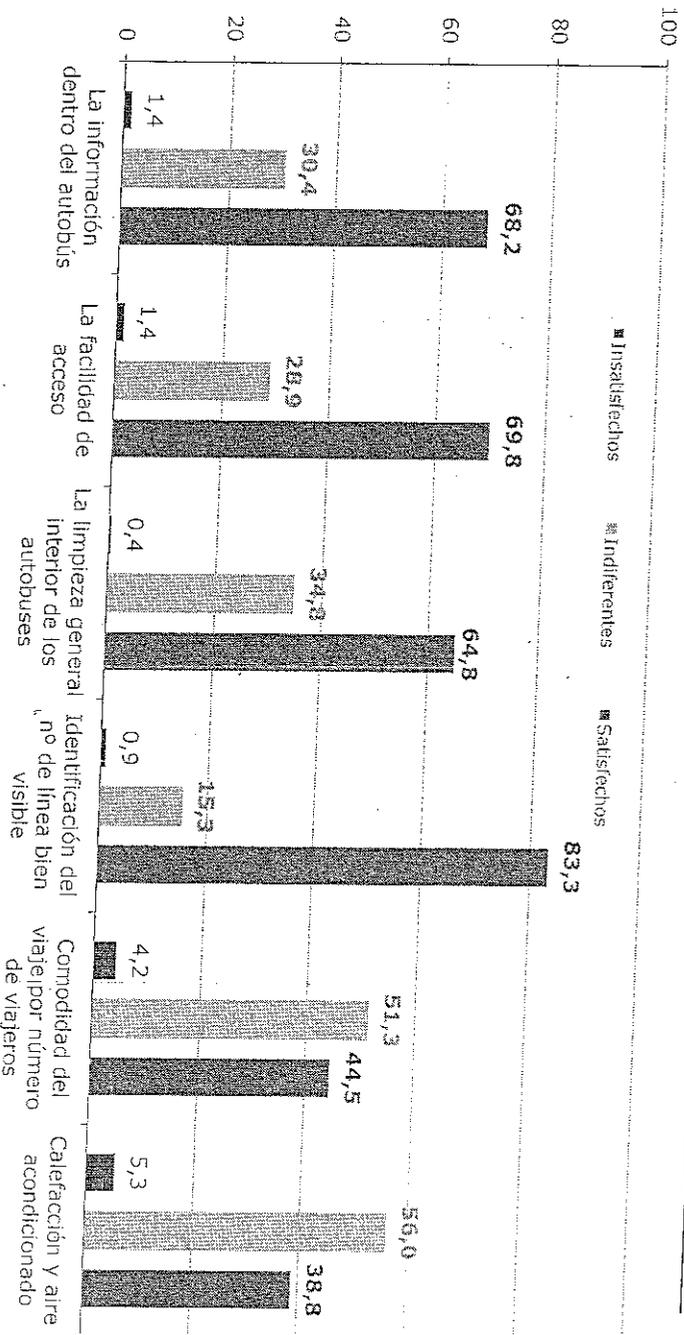


02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

Aspectos del viaje en el vehículo

EL AUTOBÚS
Muestra depurada (197)

Porcentajes



Satisfechos
Indiferentes
Insatisfechos

Los que puntúan > 6 ptos.
Los que puntúan de 4 a 6 ptos.
Los que puntúan < 4 ptos.

El autobús tampoco concentra a muchos viajeros insatisfechos. La climatización es el aspecto peor valorado en este grupo, con un 5% de insatisfechos, seguido de la comodidad del viaje con una tasa de insatisfechos del 4%.

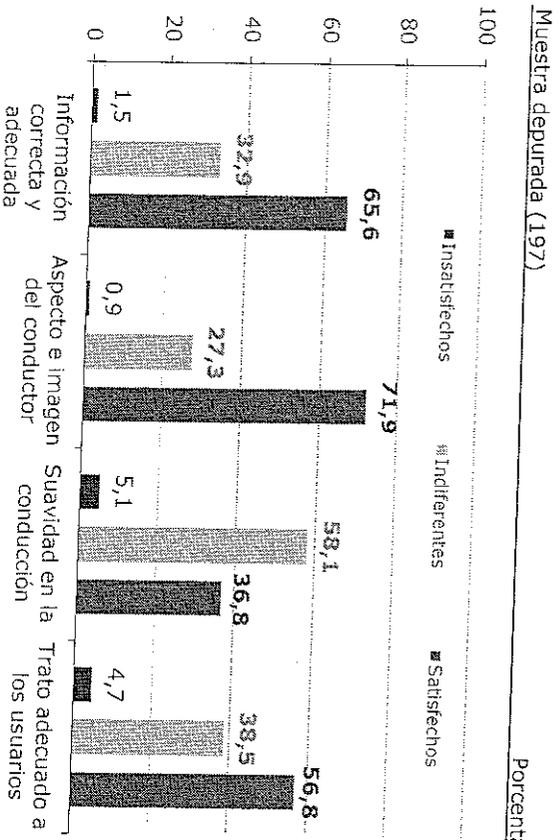
RANDOM

ALISA

R-6-1122
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

02.1 Satisfacción con los diferentes aspectos del servicio

EL CONDUCTOR



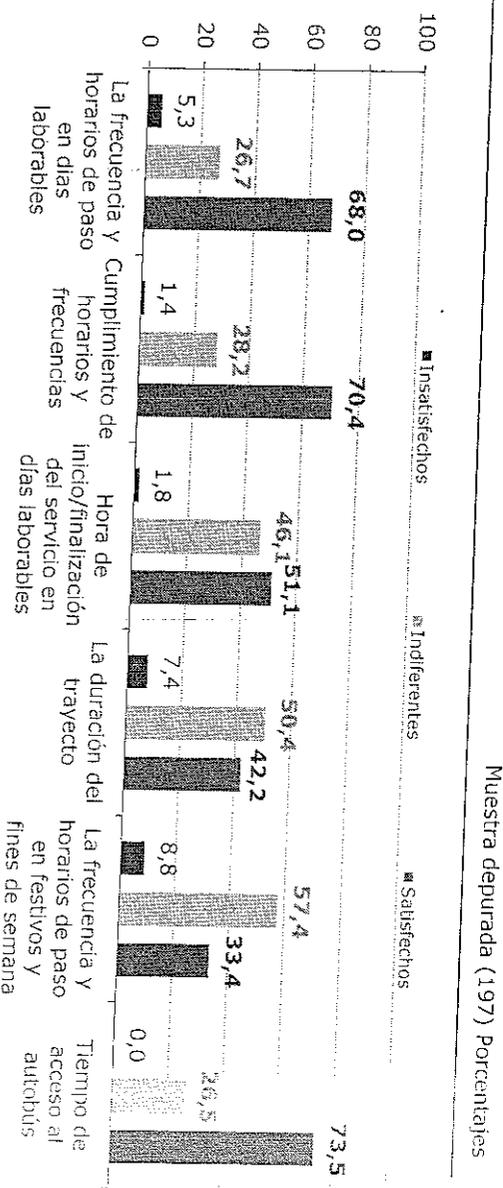
Aspectos del viaje en el vehículo

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 de alrededor del 5%.

En el caso de los tiempos, la frecuencia en fines de semana insatisface a un 9% de los entrevistados, la duración de viaje a un 7% y la frecuencia en los días laborables a un 5%.

El resto de aspectos no generan prácticamente nada de insatisfacción.

LOS TIEMPOS



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 (197)
 Medias

LIMPIEZA	
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	7,48
Aspecto e imagen del conductor	7,57
La limpieza general interior de los autobuses	7,50
7,38	
INFORMACIÓN	
La información de recorridos / Líneas en las paradas	7,21
Información de horarios y frecuencias en las paradas	7,11
La información dentro del autobús	7,13
Identificación del nº de línea bien visible	7,31
Información correcta y adecuada	8,01
Avisos de incidencias en el servicio	7,17
6,54	
ACCESO	
Tiempo de acceso al autobús	7,20
La facilidad de acceso	7,31
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	7,39
6,91	
DURACION	
Cumplimiento de horarios y frecuencias	6,97
La duración del trayecto	7,36
Diseño de recorridos de las líneas	6,23
6,73	
Cercanía a la parada	7,56

* Promedio de las valoraciones de los atributos agrupados

ATENCIÓN	
Servicios de atención al usuario	6,75
Servicio de objetos perdidos	6,82
Facilidad de contacto con la empresa	6,49
Trato adecuado a los usuarios	6,84
6,84	
FRECUENCIA	
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de s	6,56
5,81	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	7,01
6,85	
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,39
6,72	
Amplitud de la red de autobuses	6,72
6,72	
CONFORT	
Suavidad en la conducción	6,03
6,03	
Calafación y aire acondicionado	6,93
6,93	

RANDOM

ALISA

R-61122

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 4 grupos que superan o rozan los 7 puntos de valoración media: **Limpieza** (7,48), **Información** (7,21), **Acceso** (7,20) y **Duración** (6,97).

En el lado opuesto, los 4 grupos que no llegan al "notable" son **Atención** (6,75), **Frecuencia** (6,56), y por último el **Confort** (6,03).

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 (214)

Porcentajes

INDICE DE SATISFACCIÓN GLOBAL	
28%	(*)ASP. DEL VIAJE FUERA DEL AUTOBÚS
53%	EL VIAJE EN EL AUTOBÚS
29%	Serv. Aux. de la empresa
36%	La red
37%	El autobús
27%	El conductor
36%	Los tiempos
27%	Servicio de atención al usuario
24%	Avisos de incidencias en el servicio
22%	Servicio de objetos perdidos
27%	Facilidad de contacto con la empresa
16%	Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas
12%	La información de horarios y frecuencias en las paradas
14%	Conexión con otros medios y entre líneas
16%	Diseño de recorridos de las líneas
15%	Amplitud de la red de autobuses
12%	La información de recorridos / Líneas en las paradas
15%	Cercanía a la parada
16%	La información dentro del autobús
18%	La facilidad de acceso
13%	La limpieza general interior de los autobuses
19%	Identificación del nº de línea bien visible
20%	Comodidad del viaje por nº de viajeros
14%	Calefacción y aire acondicionado
25%	Información correcta y adecuada
21%	Aspecto e imagen del conductor
24%	Suavidad en la conducción
29%	Trato adecuado a los usuarios
18%	La frecuencia y horarios de paso en días laborables
15%	Cumplimiento de horarios y frecuencias
19%	Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables
16%	Duración del trayecto
15%	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana
18%	Tiempo de acceso al autobús

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

RANDOM

ALISA

R61122

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

02.2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

Importancia de los componentes del servicio.

Muestra total (214)

		Porcentajes		
		2012	2011	DIF
GRUPO A Importancia superior al 3,5%.	Trato adecuado a los usuarios	4,2%	4,1%	0,1%
	Comodidad del viaje por nº de viajeros	3,9%	4,0%	-0,2%
	Facilidad de contacto con la empresa	3,7%	4,7%	-1,0%
	Identificación del nº de línea bien visible	3,7%	4,7%	-0,9%
	Servicio de atención al usuario	3,7%	3,6%	0,1%
	Información correcta y adecuada	3,5%	3,5%	0,0%
	Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables	3,5%	3,3%	0,3%
	Suavidad en la conducción	3,5%	3,3%	0,2%
	La facilidad de acceso	3,4%	4,4%	-1,0%
	Avisos de incidencias en el servicio	3,4%	3,2%	0,2%
	La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,4%	3,8%	-0,4%
	Tiempo de acceso al autobús	3,3%	3,3%	0,1%
	La información dentro del autobús	3,2%	3,7%	-0,5%
	Aspecto e imagen del conductor	3,1%	2,7%	0,3%
	Servicio de objetos perdidos	3,1%	2,3%	0,8%
GRUPO B Importancia entre el 3,5% y el 2,5%	Duración del trayecto	3,0%	3,0%	0,0%
	Cumplimiento de horarios y frecuencias	2,8%	2,1%	0,7%
	Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas	2,8%	2,5%	0,3%
	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	2,8%	2,5%	0,3%
	Diseño de recorridos de las líneas	2,8%	3,5%	-0,7%
	Calefacción y aire acondicionado	2,7%	2,4%	0,2%
	La limpieza general interior de los autobuses	2,6%	1,7%	0,9%
	Amplitud de la red de autobuses	2,5%	2,1%	0,5%
	Cercanía a la parada	2,5%	2,5%	0,0%
	Conexión con otros medios y entre líneas	2,4%	1,7%	0,8%
GRUPO C Importancia menor del 2,5%	La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%	2,2%	-0,1%
	La información de itinerarios y frecuencias en las paradas	2,0%	3,0%	-1,0%
	La información de itinerarios y frecuencias en las paradas	2,0%	3,0%	-1,0%

* Aumento de más de 0,6%
* Descenso de más del 1%



02 2 Importancia en la satisfacción con el servicio

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

Muestra total (214)

Porcentajes

INFORMACIÓN		17,8%
La información de recorridos / Líneas en las paradas	2,0%	
La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%	
La información dentro del autobús	3,2%	
Identificación del nº de línea bien visible	3,7%	
Información correcta y adecuada	3,5%	
Avisos de incidencias en el servicio	3,4%	
FRECUENCIA		16,1%
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines:	2,8%	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,4%	
Hora de inicio / finalización del servicio en días labo	3,5%	
Comodidad del viaje por nº de viajeros	3,9%	
Amplitud de la red de autobuses	2,5%	
ATENCIÓN		14,7%
Servicio de atención al usuario	3,7%	
Servicio de objetos perdidos	3,1%	
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%	
Trato adecuado a los usuarios	4,2%	
DURACION		11,1%
Cumplimiento de horarios y frecuencias	2,8%	
Duración del trayecto	3,0%	
Diseño de recorridos de las líneas	2,8%	
Cercanía a la parada	2,5%	
ACCESO		9,2%
Tiempo de acceso al autobús	3,3%	
La facilidad de acceso	3,4%	
Conexión con otros medios y entre líneas	2,4%	
LIMPIEZA		8,5%
Marguesinas / Paradas limpias y bien conservadas	2,8%	
Aspecto e imagen del conductor	3,1%	
La limpieza general interior de los autobuses	2,6%	
COMFORT		6,2%
Suavidad en la conducción	3,5%	
Calefacción y aire acondicionado	2,7%	

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 hora de inicio/fin del servicio 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. La limpieza y la conservación de las marquesinas es el factor de mayor importancia dentro de este grupo.**

La facilidad de contacto con la empresa es el aspecto que mayor peso tiene dentro del capítulo de los servicios auxiliares proporcionados por ALSA.

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** (todos con una importancia superior al 3,5%) se encuentran un elemento relacionado con el **conductor**: el trato adecuado a los viajeros que tiene un 4,2% de influencia en el ISC. Le sigue **la comodidad del viaje por el número de viajeros dentro del autobús** con un 3,9%. A continuación aparecen tres ítems con el mismo peso 3,7%: **facilidad de contacto con la empresa** (ítem que ha visto descender su influencia notablemente, de 4,7% a 3,7% este año) **identificación de la línea** (que también ha perdido peso) y el **servicio de atención al usuario** que se ha mantenido estable.

En el **Grupo C**, con pesos inferiores al 2,5%, destacamos la **información que está disponible en las paradas** con un **2%** de peso sobre el ISC. Además **este elemento** ha sufrido un descenso significativo de la relevancia que tiene en la satisfacción general, **perdiendo 1 punto porcentual** con respecto a 2011.

En el **Grupo B**, el de importancia media, señalamos el peso relativo que ha perdido la **facilidad de acceso al autobús frecuencia** (de 4,4% a 3,4%). Señalamos también el caso contrario, el aumento de influencia de la **limpieza interior del autobús** (+0,9%), del **servicio de objetos perdidos** (+0,8%) y el del **cumplimiento de horarios y frecuencias** (+0,7%).

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 información** y **la frecuencia** tienen pesos que superan el 15%. La **atención** lo roza con un 14,7%.

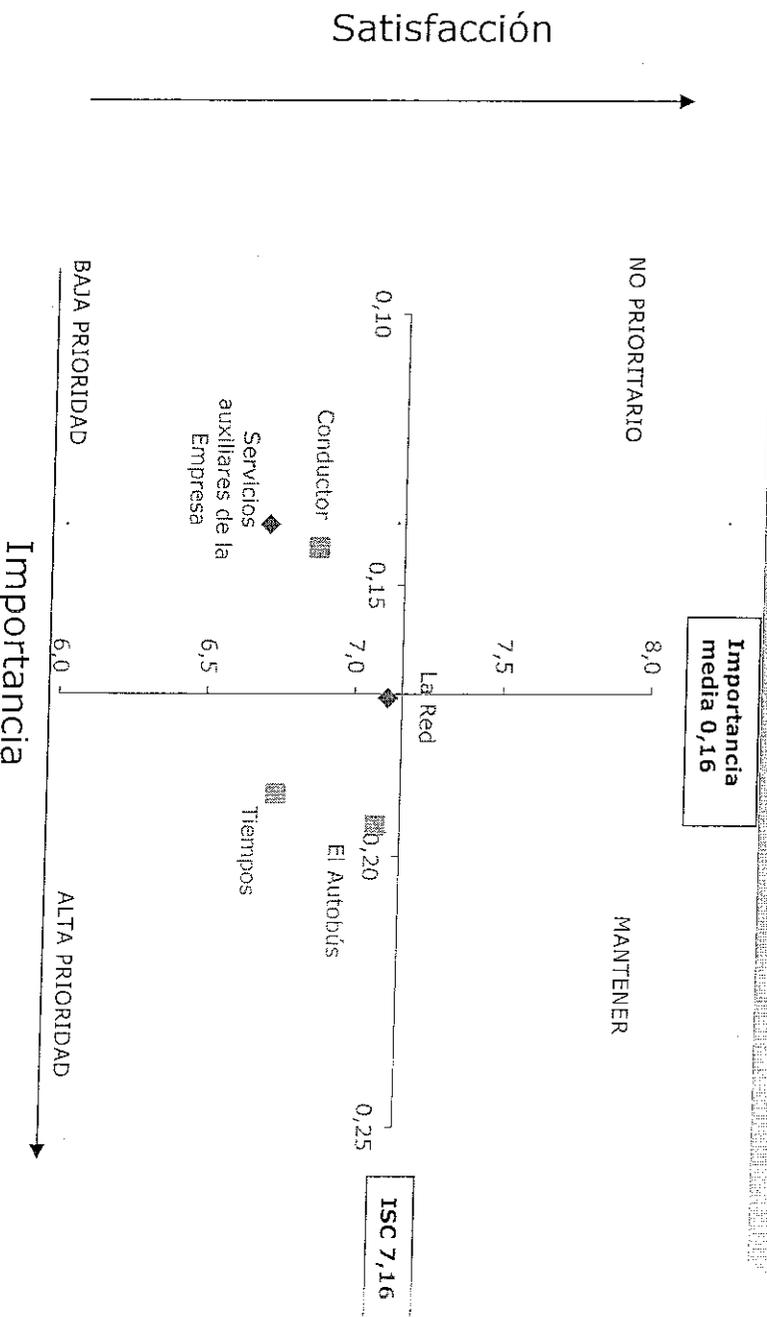
El conjunto de elementos relacionados con la **duración** y el **acceso** suponen pesos similares entre sí (**11,1% y 9,2% respectivamente**)

Por último, la suma de los elementos relacionados con la **limpieza** suponen el **8,5%** de peso relativo en el ISC y los relacionados con el **comfort**, el **6,2%**

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 recibe una valoración superior al ISC.

Los grupos de atributos relacionados con **los tiempos y el autobús** se sitúan en el **cuadrante correspondiente a "alta prioridad" (baja satisfacción y alta importancia)**. Por otro lado, **el conductor**, y **los servicios auxiliares** con menor importancia aparecen en el cuadrante de baja prioridad.

La red se encuentra pegada al eje de valoración y al eje de la importancia, por lo que no se puede encuadrar claramente. A continuación presentamos lo que ocurre con cada uno de los ítems del servicio.

02 2 Importancia de los diferentes componentes del servicio

ASPECTOS A MANTENER (SATIS. ALTA IMPOR. BAJA)

	IMPOR. SATIS.
Cumplimiento de horarios y frecuencias	2,8%
Marquesinas / Paradas limpias y bien conservadas	2,8%
La limpieza general interior de los autobuses	2,6%
Cercanía a la parada	2,5%

ASPECTOS BAJA PRIORIDAD (SATIS. BAJA IMPOR. BAJA)

	IMPOR. SATIS.
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,0%
Diseño de recorridos de las líneas	2,8%
Calentamiento y aire acondicionado	2,7%
Amplitud de la red de autobuses	2,5%
Conexión con otros medios y entre líneas	2,4%
La información de horarios y frecuencias en las paradas	2,0%
La información de recorridos / líneas en las paradas	2,0%

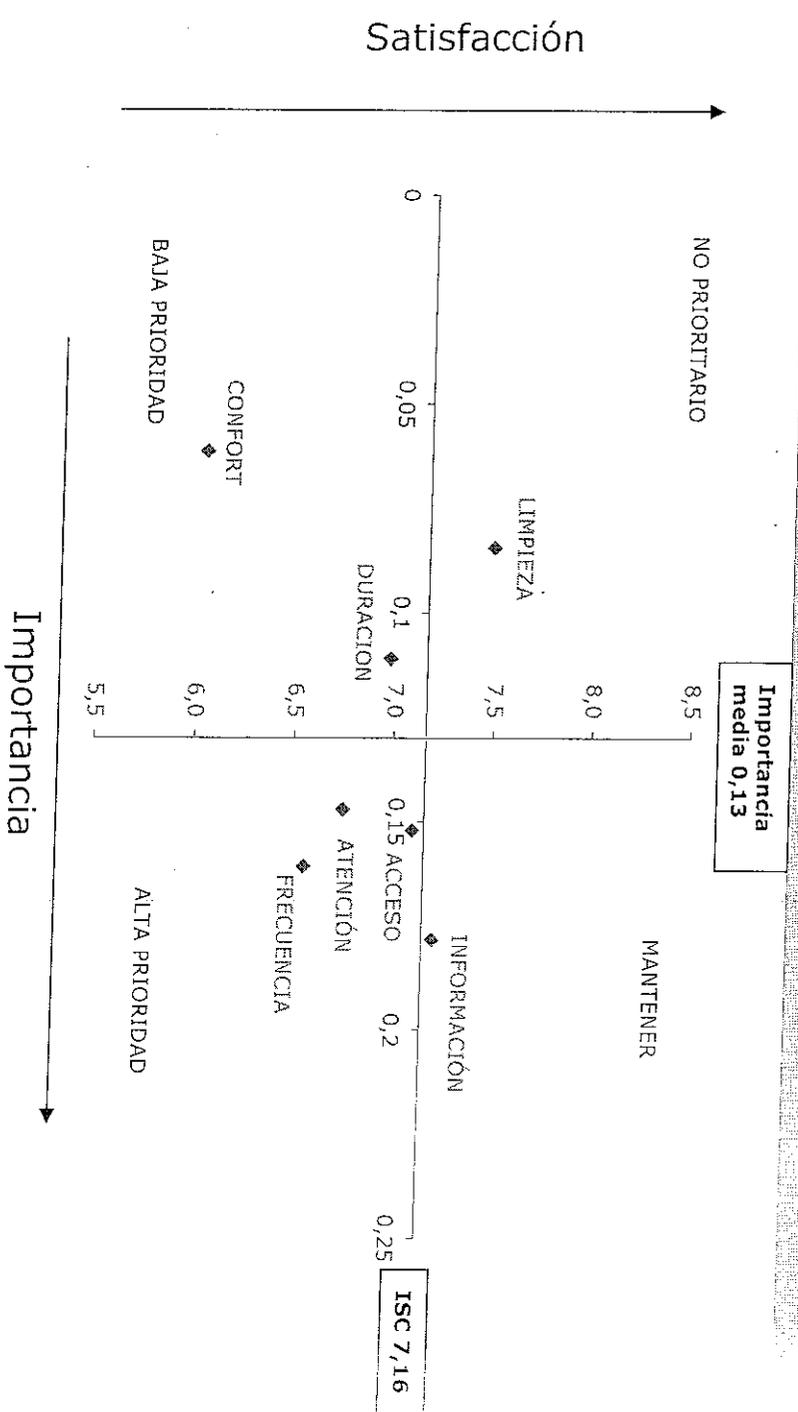
ASPECTOS A MANTENER (SATIS. ALTA IMPOR. ALTA)

	IMPOR. SATIS.
Identificación del nº de línea bien visible	3,7%
Información correcta y adecuada	3,5%
La facilidad de acceso	3,4%
Tiempo de acceso al autobús	3,3%
La información dentro del autobús	3,2%
Aspecto e imagen del conductor	3,1%

ASPECTOS ALTA PRIORIDAD (SATIS. BAJA IMPOR. ALTA)

	IMPOR. SATIS.
Trato adecuado a los usuarios	4,2%
Comodidad del viaje por nº de viajeros	3,9%
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%
Servicio de atención al usuario	3,7%
Hora de inicio / finalización del servicio en días laborables	3,5%
Suavidad en la conducción	3,5%
Avisos de incidencias en el servicio	3,4%
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,4%
Servicio de objetos perdidos	3,1%

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 frecuencia y la atención**, en cambio, se encuentran en el espacio de **"alta prioridad"**. Como el **confort y la duración**, son aspectos que no resultan muy bien valorados pero a su vez no tienen mucha importancia, son aspectos que aparecen con una **prioridad baja**. **La limpieza** aparecen en los límites de las actuaciones **no prioritarias**.

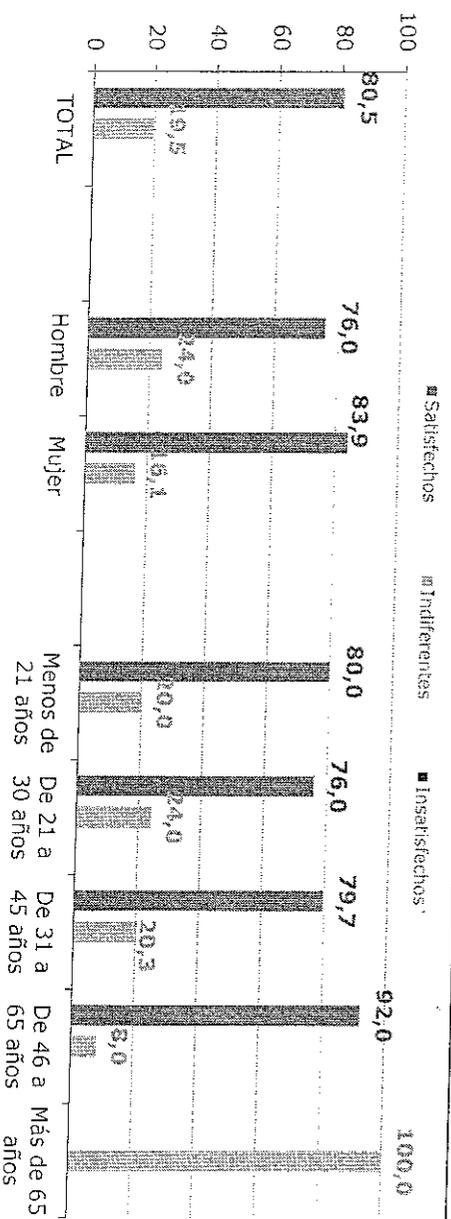
02 3 Satisfacción con el servicio según características de la muestra

02.3 Satisfacción con los aspectos del servicio

Satisfacción según sexo y edad

Muestra depurada (197)

Porcentajes y medias

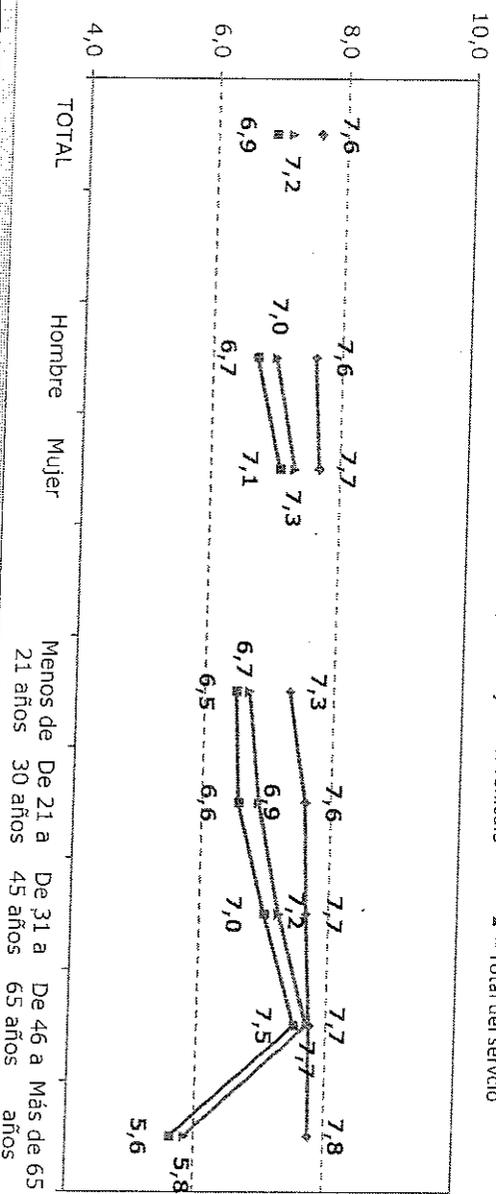


Base: 197

Asp. del viaje fuera del vehículo

Asp. del viaje en el vehículo

Total del servicio



Sexo y edad

En primer lugar, en esta edición del estudio, ningún viajero se declara insatisfecho, como veremos a lo largo de este capítulo.

Atendiendo al sexo del entrevistado, la tasa de satisfacción de las mujeres es mayor a la de los hombres.

En cuanto a la edad, se observa una tendencia de mayor satisfacción cuanto mayor es el viajero. En el caso de los mayores de 65 años no se extraen conclusiones ya que son solo un caso.

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

RANDOM

ALSA

R-61122

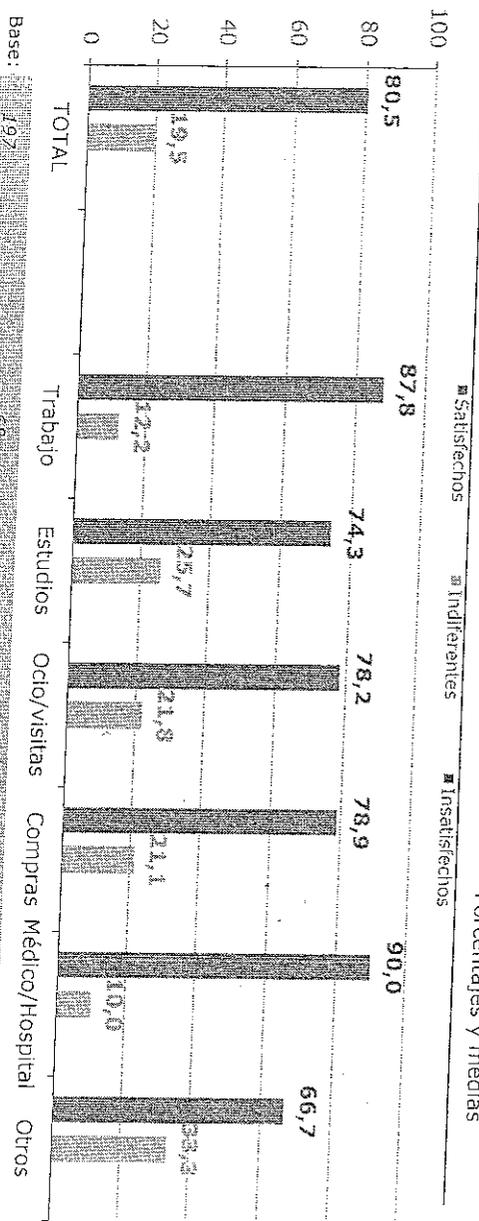
INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

02.3 Satisfacción con los aspectos del servicio

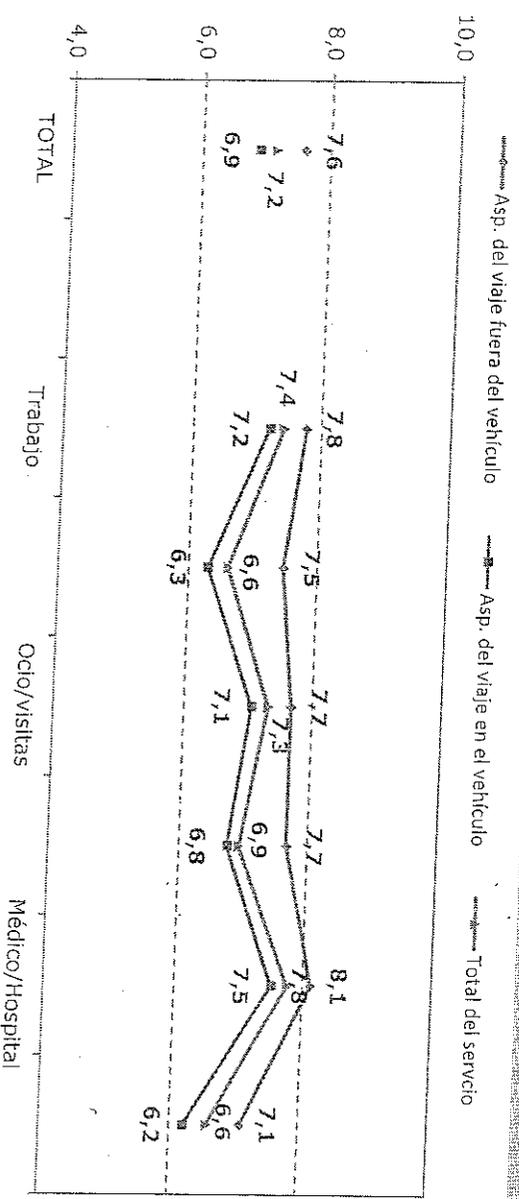
Satisfacción según motivo principal del viaje

Muestra depurada (197)

Porcentajes y medias



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



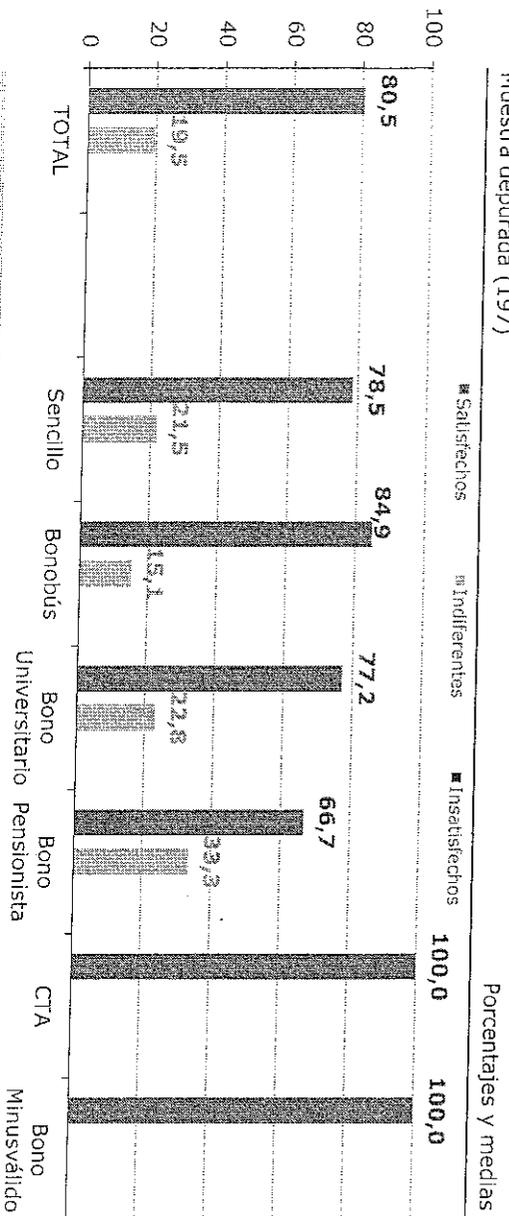
Satisfechos Los que puntúan > 6 ptos.
Indiferentes Los que puntúan de 4 a 6 ptos.
Insatisfechos Los que puntúan < 4 ptos.



02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio

Satisfacción según sexo y edad

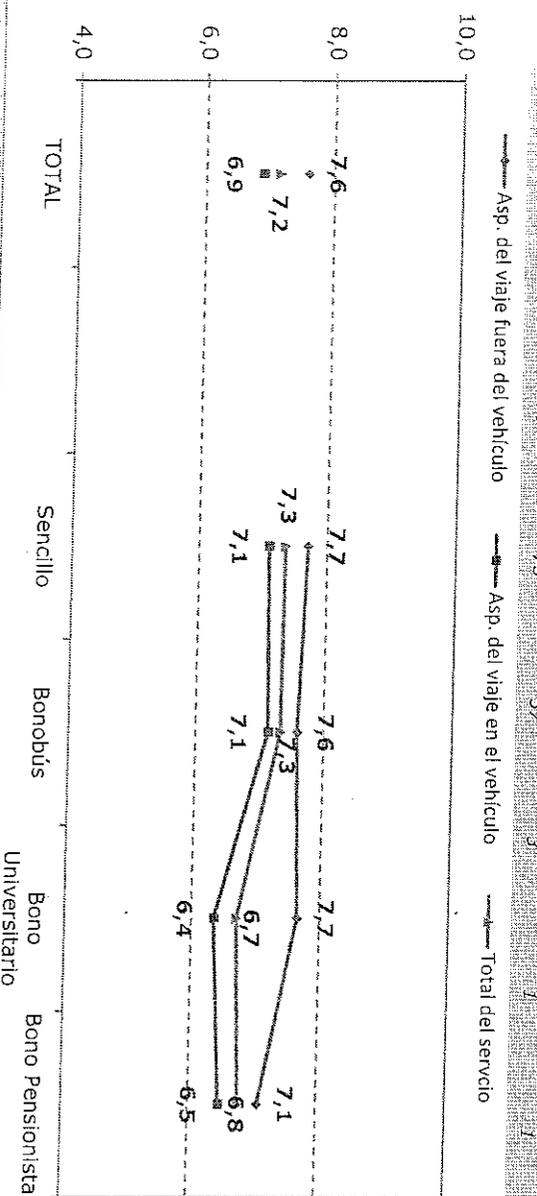
Muestra depurada (197)



Tipo de billete

Atendiendo al tipo de billete utilizado, son los que usan el bonobús los que más satisfechos se declaran con el servicio, +6% que los que utilizan el billete sencillo.

En cuanto a las valoraciones medias recibidas, son muy similares los resultados obtenidos entre los que utilizan el bonobús y los que usan el billete sencillo.



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

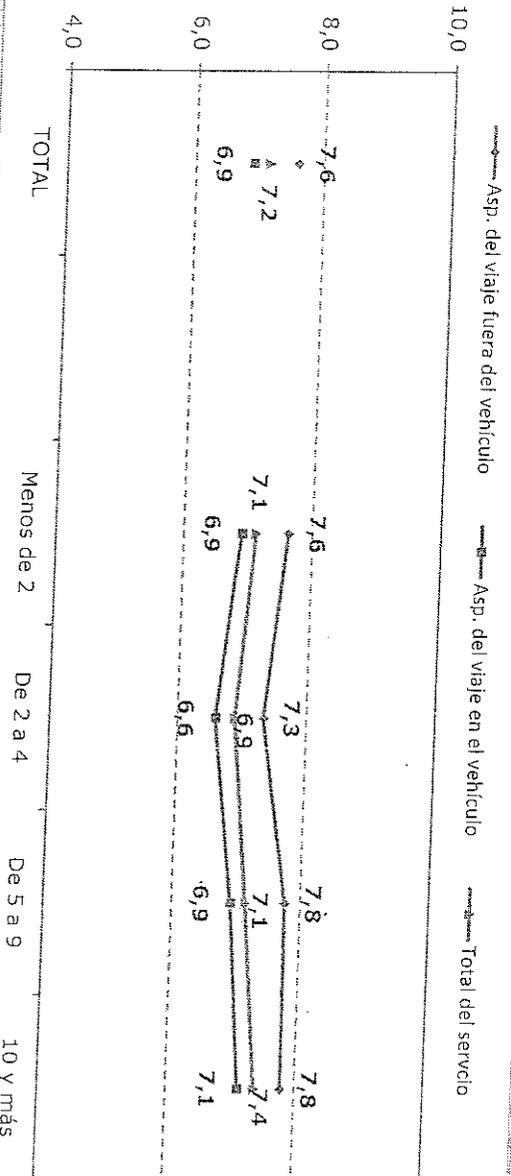
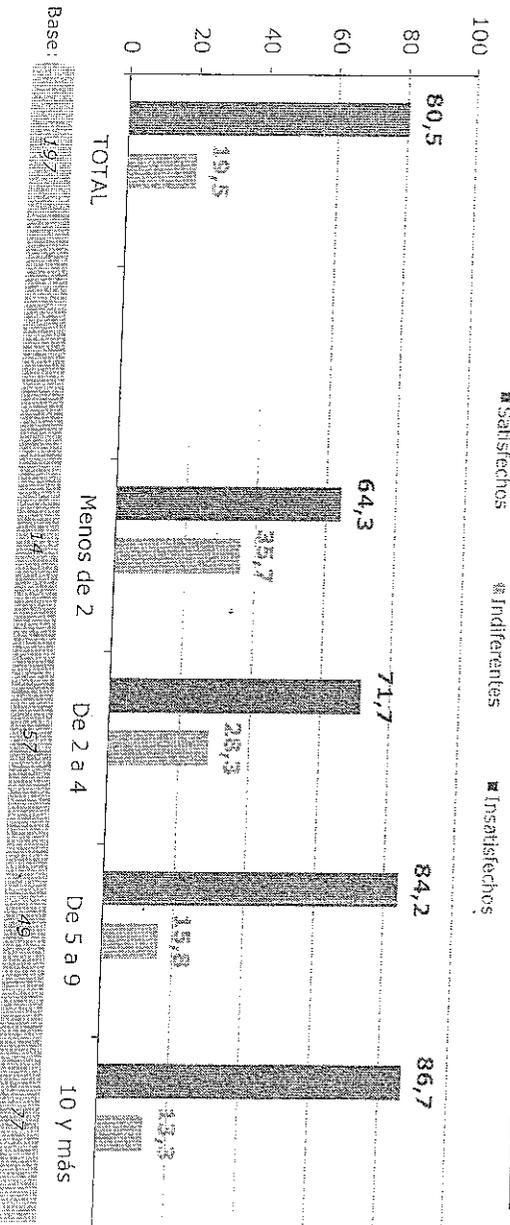


02 3 Satisfacción con los aspectos del servicio

Satisfacción según frecuencia del viaje

Muestra depurada (197)

Porcentajes y medias



Según el número de viajes que se realizan a la semana, es entre los viajeros más 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 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 la hora en la que se viaja

Muestra depurada (197)

Porcentajes y medias

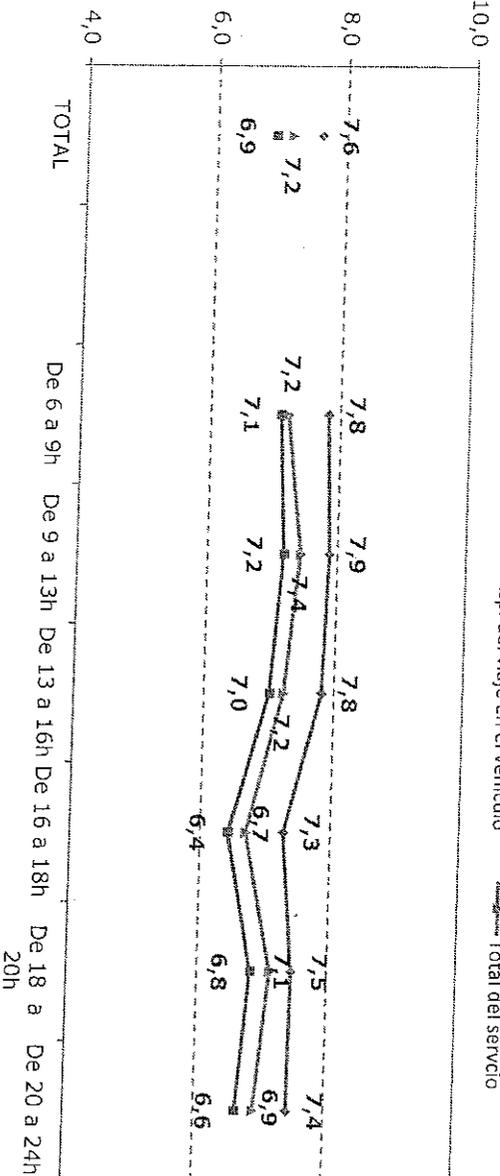


hora del viaje

Son los viajeros de mañana y media tarde, entre las 9 y 16h los más satisfechos con el servicio con tasas de satisfacción superiores al 80%.

Por el contrario, señalamos que los usuarios que viajan por la tarde, 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.



R-61122

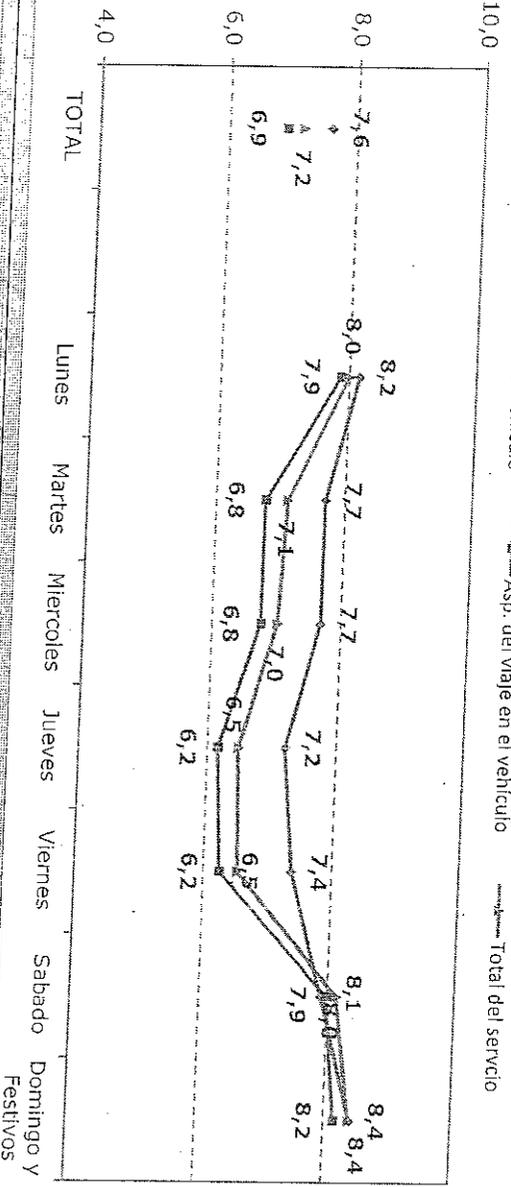
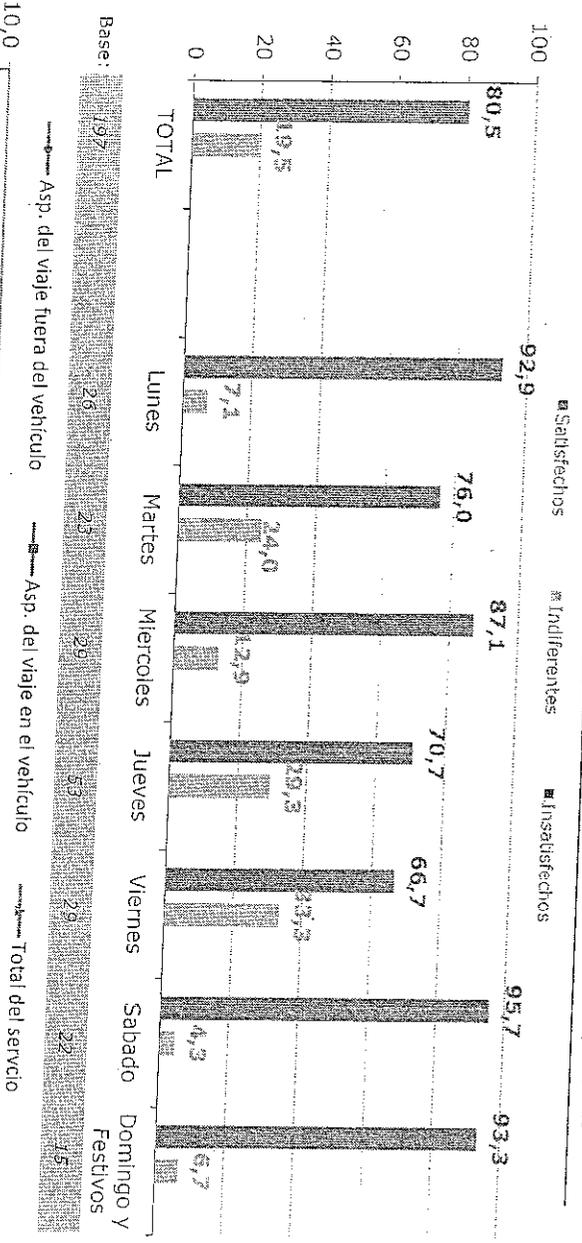
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

02.3 Satisfacción con los aspectos del servicio día del viaje

Satisfacción según el día en el que se viaja

Muestra depurada (197)

Porcentajes y medias



Observamos que entre los viajeros encuestados en domingos y festivos no hay prácticamente viajeros que se declaren indiferentes y la inmensa mayoría se declara satisfecho con el servicio. Destacaríamos como días de menor satisfacción, el jueves y el viernes.

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



R-61122

INDICE DE SATISFACCION DE VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

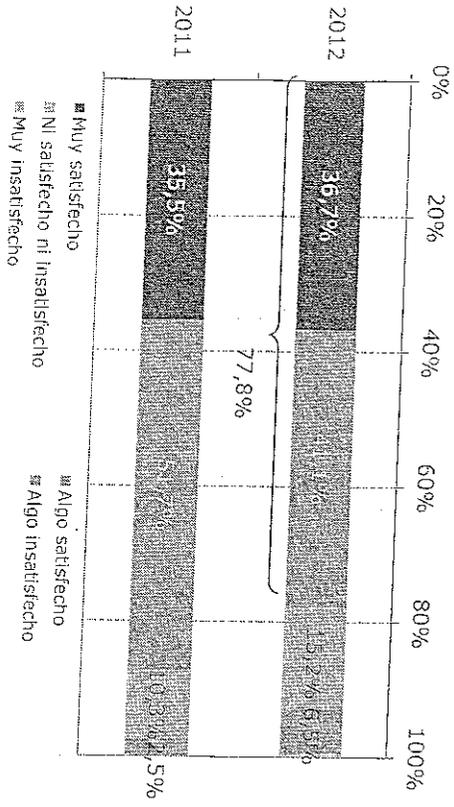
03 Satisfacción y recomendación de la empresa

03 Satisfacción Y recomendación de la empresa

Satisfacción y recomendación de la empresa

Muestra total (214)

D5A.- Globalmente ¿ Como esta Ud. de satisfecho con Esta Empresa de transporte?



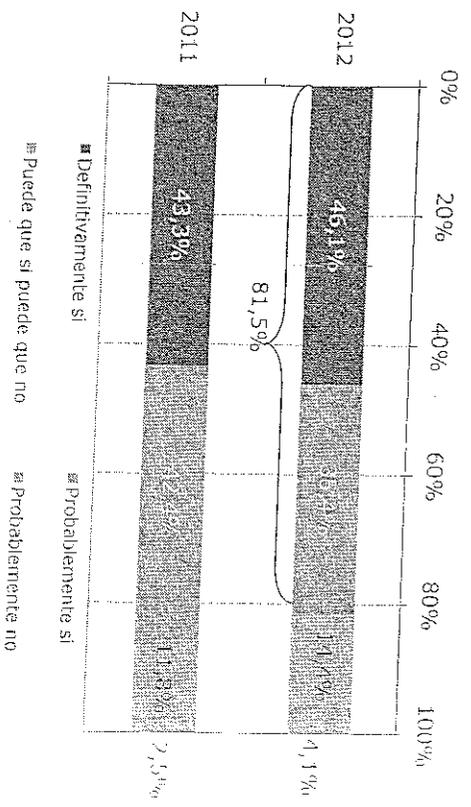
INDICE DE SATISFACCION ()

2012	76,75	Base: 214
2011	80,05	Base: 203

(*) = 1*Muy satisfechos+0,75*Algo satisfechos+0,5*Ni satisf. Ni insatisf.+0,25*Muy insatisf.+0*Muy insatisfecho

Porcentajes

D6.- Recomendaría usted Esta Empresa de transporte a sus amigos y compañeros ?



INDICE DE RECOMENDACION ()

2012	80,88	Base: 214
2011	81,65	Base: 203

(*) = 1*Definitivamente si+0,75*Probablemente si+0,5*Puede que si puede que no+0,25*Probablemente no.+0*Def. no

El 78% de los entrevistados se declara satisfecho con la empresa ALSA. A su vez, casi la totalidad de los usuarios (8 de cada 10) recomendaría la empresa a sus amigos y familiares

La satisfacción global con la empresa desciende en esta ola, al igual que el Índice de Recomendación, aunque de forma muy leve.



R-611122

INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO Informe de resultados OVIEDO

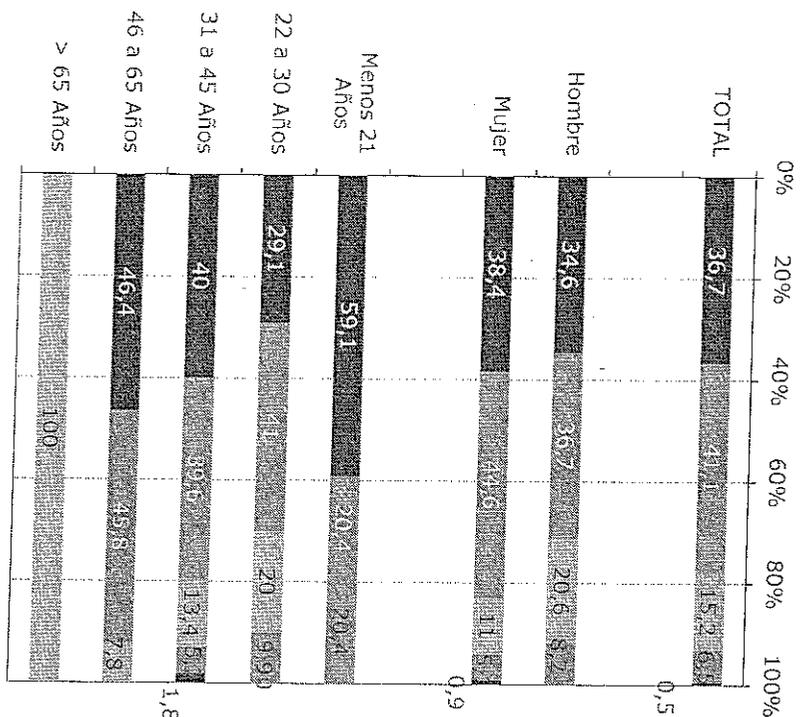
03 Satisfacción Y recomendación de la empresa

Satisfacción Y recomendación de la empresa según sexo y edad

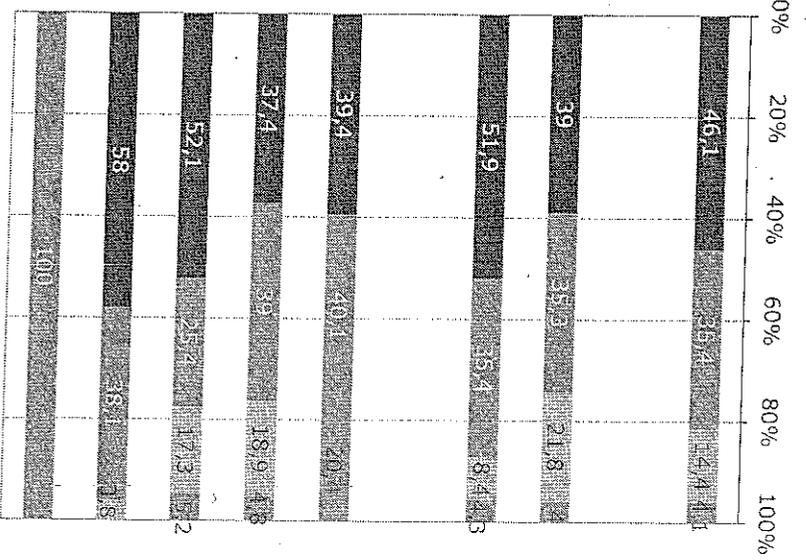
Muestra total (214)

Porcentajes

D5A.-Globalmente ¿ Como esta Vd. de satisfecho con Esta Empresa de transporte?



D6.- Recomendaría usted Esta Empresa de transporte a sus amigos y compañeros ?



Atendiendo al sexo de los viajeros, recomiendan la empresa a sus familiares y amigos en mayor medida que los hombres. A su vez, son los mayores de 46 años los que globalmente se declaran más satisfechos con la empresa y los que la recomendarían a sus amigos y familiares en mayor medida.



R-61122
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

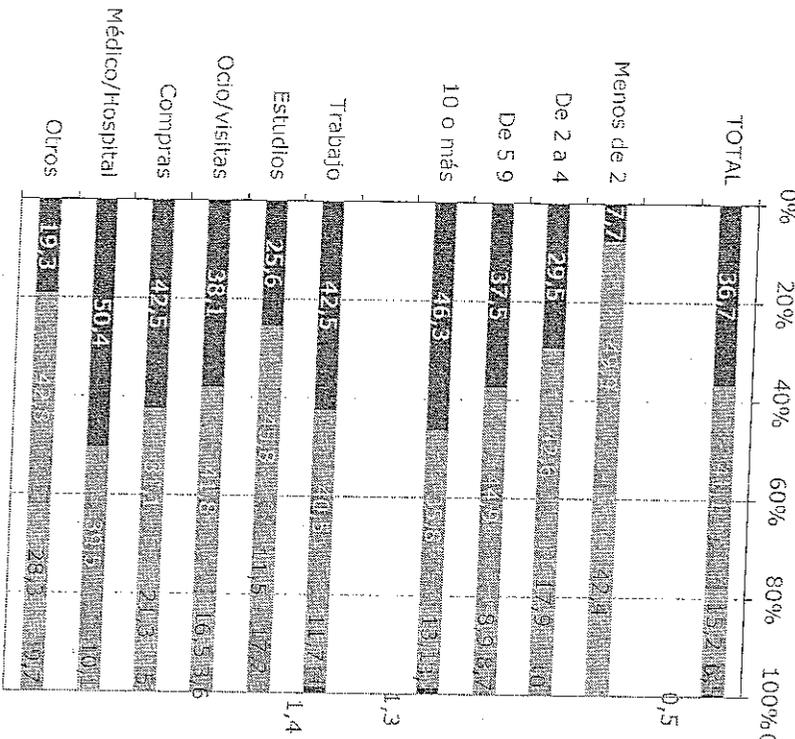
03 Satisfacción y recomendación de la empresa

Satisfacción y recomendación de la empresa según frecuencia y motivo del viaje

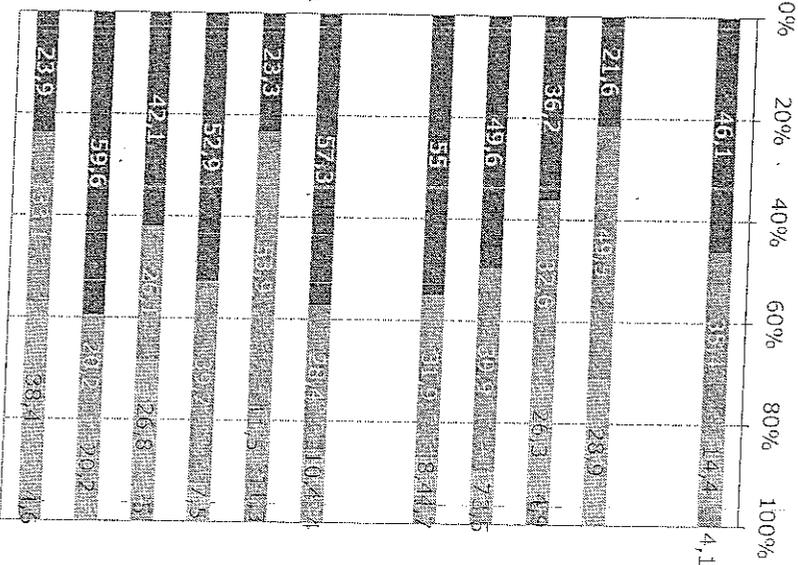
Muestra total (214)

Porcentajes

D5A.- Globalmente ¿ Como esta Ud. de satisfecho con Esta Empresa de transporte?



D6.- Recomendaría usted Esta Empresa de transporte a sus amigos y compañeros ?



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. (1,7% y 11%). La mayor tasa de recomendación la encontramos entre los viajeros que hacen uso del servicio por ocio.



R 6.1122

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados QMEDO

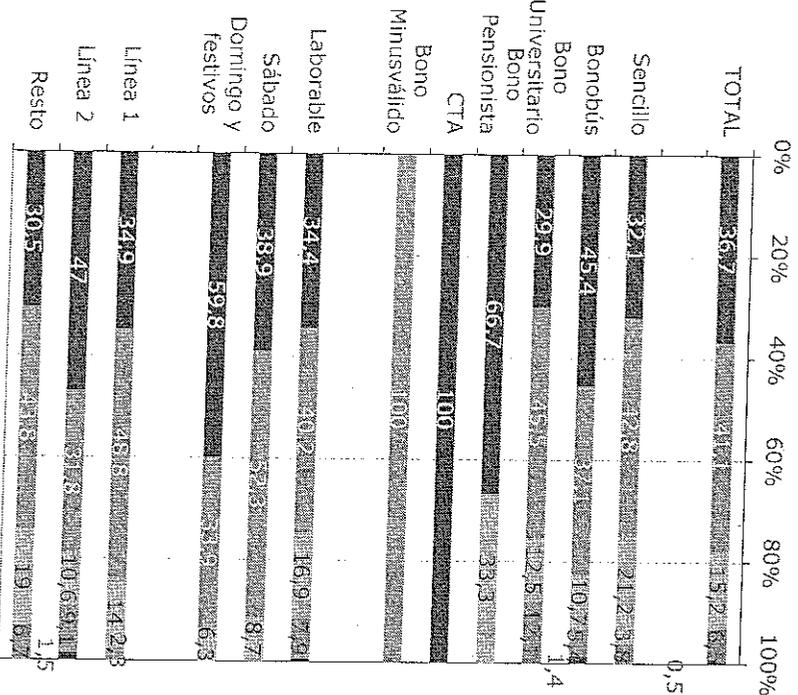
03 Satisfacción Y recomendación de la empresa

Satisfacción y recomendación de la empresa según tipo de billete, día y línea

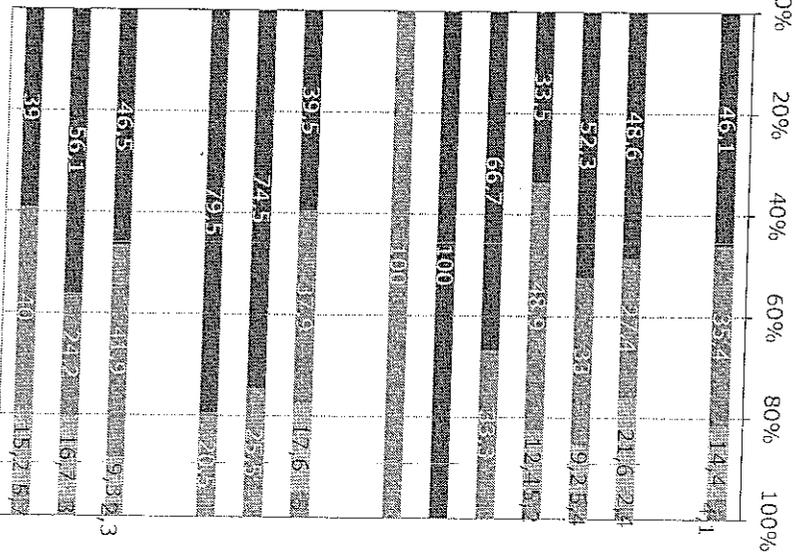
Muestra total (214)

Porcentajes

D5A.- Globalmente ¿ Como esta Vd. de satisfecho con Esta Empresa de transporte?



D6.- Recomendaría usted Esta Empresa de transporte a sus amigos y compañeros ?



Los usuarios con bono se declaran en su totalidad muy satisfechos con la empresa y también son los que más recomendarían el servicio.

El mayor porcentaje de insatisfechos los encontramos viajando en días laborables.

La mayor tasa de recomendación la vemos en domingos y festivos.



R-61122

INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

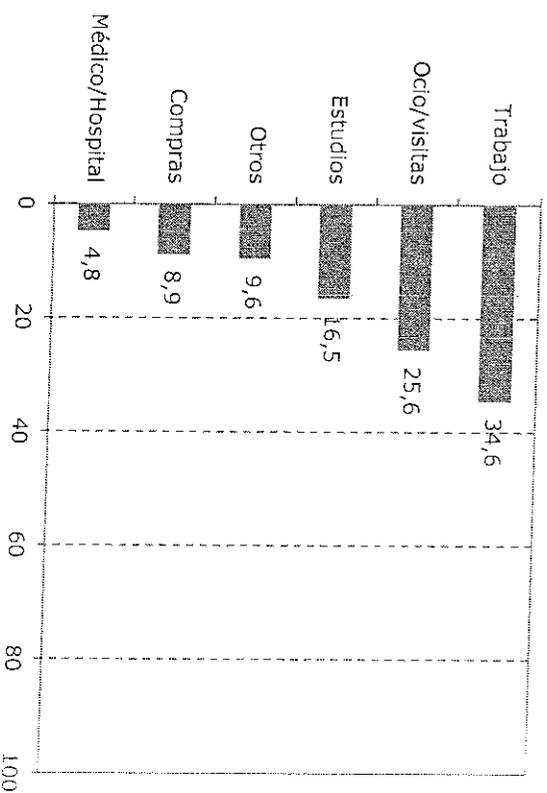
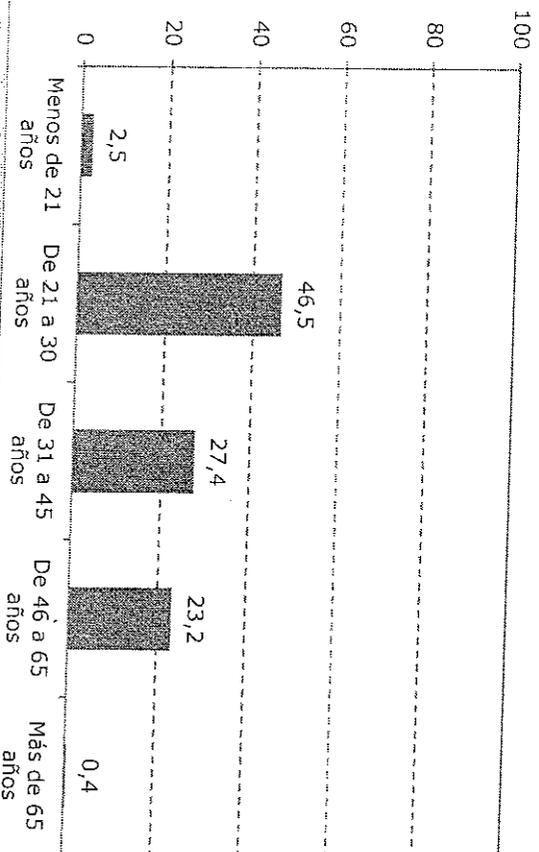
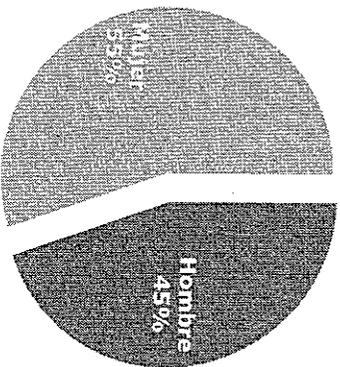
04 Perfil del viajero

04 Perfil del viajero

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

Muestra total (214)

Porcentajes



La mayoría de los viajeros entrevistados son mujeres.

El grupo mayoritario de edad es el de los viajeros entre 21 y 30 años.

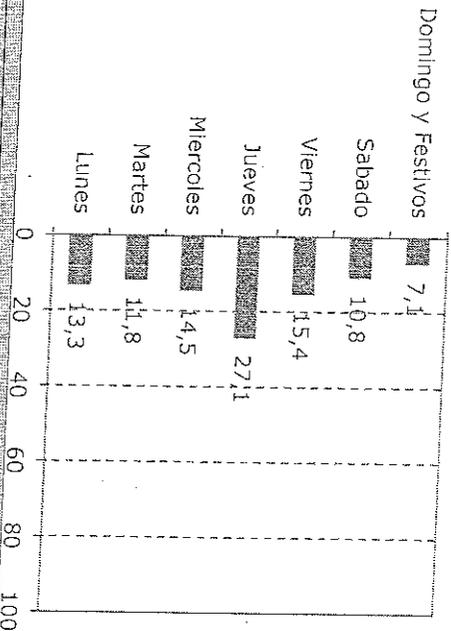
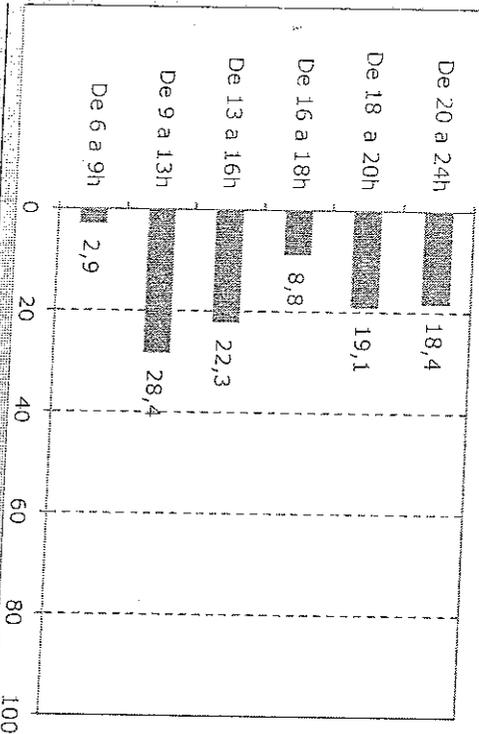
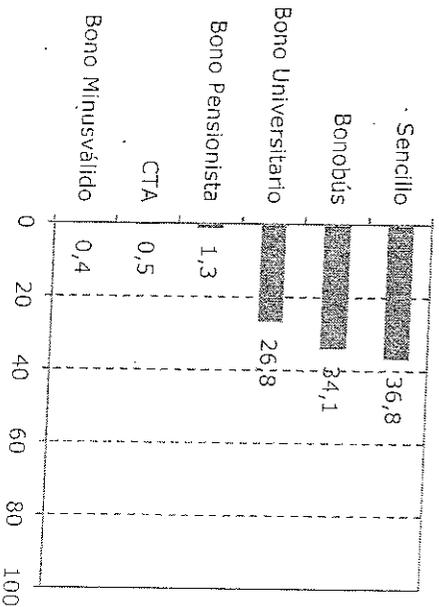
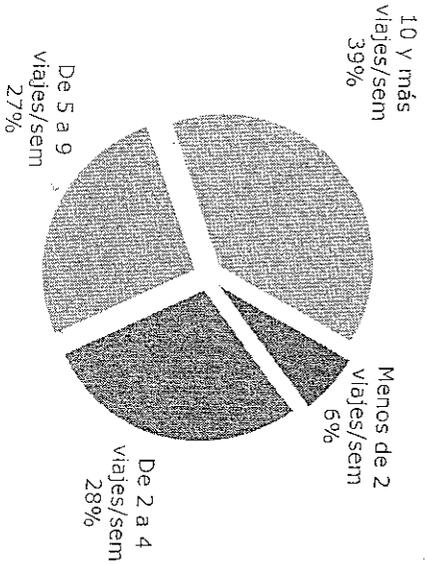
Los motivos principales de uso del servicio son el trabajo y el ocio.

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 (214)

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.

RANDOM

ALISA

R 61022
INDICE DE SATISFACCION DEL VIAJERO Informe de resultados OVIEDO

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 buena.

- La satisfacción global con el servicio es de 7,16 puntos.
- La tasa de satisfacción (usuarios que conceden seis o más puntos) es de un 80,5% y destacamos que ningún viajero se declara insatisfecho con el servicio en global.

De la satisfacción con los principales componentes del servicio

Aspectos del viaje en el vehículo:

El **autobús** es lo mejor valorado de esta etapa del servicio con el atributo mejor valorado de todo el servicio: **identificación del número de línea bien visible (8,01)**.

Le siguen los ítems relacionados con **el conductor** que **sufren** en todos los casos un descenso en sus valoraciones aunque no de manera importante.

Finalmente **los tiempos también** descienden **levemente**, sobre todo en la satisfacción con la **frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana**, y por el contrario mejoran en la satisfacción con el **cumplimiento de horarios y frecuencias**.

Aspectos del viaje fuera del vehículo:

La satisfacción con La red se reduce levemente en comparación con el 2011 (0,13 puntos menos). Dentro de este grupo de aspectos se encuentra **el diseño de recorridos** que sufre un empeoramiento estadísticamente significativo. Los **servicios auxiliares de la empresa**, con un ISC de 6,7 puntos de media **tiene todos sus atributos con valoraciones de 6,5 puntos o superiores**.

RANDOM

ALISA

R-61122
INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

05 Conclusiones

LOS 10 ÍTEMES MEJOR VALORADOS

ITEM	I.S.C.
Identificación del nº de línea bien visible	8,01
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	7,57
Cercanía a la parada	7,56
Aspecto e imagen del conductor	7,50
La facilidad de acceso	7,39
La limpieza general interior de los autobuses	7,38
Cumplimiento de horarios y frecuencias	7,36
La información dentro del autobús	7,31
Tiempo de acceso al autobús	7,31
Información correcta y adecuada	7,17

LOS 10 ÍTEMES QUE MÁS HAN MEJORADO

ITEM	DIF 12-11
Cumplimiento de horarios y frecuencias	0,39
Tiempo de acceso al autobús	0,38
Cercanía a la parada	0,26
Comodidad del viaje por número de viajeros	0,23
Marquesinas/paradas limpias y bien conservadas	0,19
La limpieza general interior de los autobuses	0,18
Información de horarios y frecuencias en las paradas	0,18
Identificación del nº de línea bien visible	0,16
Servicios de atención al usuario	0,12

LOS 10 ÍTEMES PEOR VALORADOS

ITEM	I.S.C.
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	5,81
Calefacción y aire acondicionado	6,03
Suavidad en la conducción	6,03
La duración del trayecto	6,23
Comodidad del viaje por número de viajeros	6,39
Servicio de objetos perdidos	6,49
Avisos de incidencias en el servicio	6,54
Amplitud de la red de autobuses	6,72
Diseño de recorridos de las líneas	6,73
Servicios de atención al usuario	6,82

LOS 10 ÍTEMES QUE MÁS HAN EMPEORADO

ITEM	DIF 12-11
Diseño de recorridos de las líneas	-0,53
Suavidad en la conducción	-0,44
Amplitud de la red de autobuses	-0,43
La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	-0,42
La información de recorridos / líneas en las paradas	-0,38
Facilidad de contacto con la empresa	-0,38
La duración del trayecto	-0,34
Trato adecuado a los usuarios	-0,32
Hora de inicio/finización del servicio en días laborable	-0,30
Conexión con otros medios de transporte y entre líneas	-0,20

RANDOM

ALSA

R-61122

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados OVIEDO

05 Conclusiones

De la evolución de la satisfacción con los principales componentes del servicio

En comparación con la ola anterior, el **ISC ha experimentado un ascenso de 0,20 puntos** (6,96 en 2011 vs. 7,16 en 2012). La satisfacción con los aspectos del viaje fuera del vehículo mejoran de forma estadísticamente significativa. La valoración de los aspectos del viaje en el vehículo se mantienen estables descendiendo en una décima de 7 puntos en 2011 a los 6,9 en 2012.

Por el contrario, el diseño de recorridos sufre un empeoramiento estadísticamente significativo. El resto de ítems, aunque hayan sufrido variaciones, no son significativas.

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, han visto incrementado su peso de manera importante **la limpieza general de los autobuses, el servicio de objetos perdidos, el cumplimiento de horarios y la información con otros medios de transporte**. En el lado opuesto, descienden de manera considerable la importancia de la información de recorridos en las paradas, la facilidad de acceso al autobús y la facilidad de contacto con la empresa.

LOS 5 ÍTEMS MÁS IMPORTANTES

ITEM	PESO
Trato adecuado a los usuarios	4,2%
Comodidad del viaje por no de viajeros	3,9%
Facilidad de contacto con la empresa	3,7%
Identificación del nº de línea bien visible	3,7%
Servicio de atención al usuario	3,7%

LOS 5 ÍTEMS MENOS IMPORTANTES

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

RANDOM

ALISA

R-61122
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL VIAJERO - Informe de resultados QVIÉDO

05 Conclusiones

Recomendaciones

Hemos detectado aspectos del servicio que generan una gran satisfacción y que además son importantes, como son aspectos relacionados con la red y el autobús. Dado que en esta edición del estudio, ningún viajero se ha mostrado claramente insatisfecho con el servicio de manera global, recomendamos que se siga trabajando en la calidad de los mismos, manteniendo la buena valoración que reciben los atributos relacionados con la información y el acceso para así conseguir afianzar y/o aumentar la satisfacción global con el servicio.

RANDOM

Estudios de Opinión, Marketing
y Socioeconómicos S.A.

C/Joaquín Costa, 15. 28002 Madrid
T. (+34) 91 453 00 22 random@random-eoms.com

Avda. de Pablo Iglesias, 24. 28003 Madrid
T. (+34) 91 244 33 44

www.random-eoms.com

Rambía Catalunya, 38. 50B. 08007 Barcelona
Tel. (+34) 934 877 498 random@bcn.random-eoms.com

RANDOM, Estudios de Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A. es miembro de ANEPMO (Asociación Nacional de Empresas de Investigación de Mercado y de Opinión Pública) y sus producciones están certificadas según la Norma UNE-EN ISO 20252.

De conformidad con la disposición a la Ley Orgánica 15/1999 de Protección de Datos Personales e información que para el desarrollo de dicho proceso de realización, edición, publicación y otros servicios relacionados con dicho servicio se presta a los clientes, se informa de que los datos personales que se recogen en el presente estudio y/o investigaciones realizadas por RANDOM, Estudios de Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A. están en el fichero central de la Agencia Española de Protección de Datos, cuyo titular es Opinión, Marketing y Socioeconómicos S.A. Avda de Pablo Iglesias, 24. 28003 Madrid (España).