



Satisfacción de los viajeros de autobuses urbanos de Oviedo



ÍNDICE

Introducción

Objetivos

Metodología

Principales resultados

 Perfil del viajero

 Satisfacción con el servicio

 Importancia componentes del servicio

 Satisfacción y recomendación de la empresa

Introducción

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

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

Objetivos

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

Este objetivo general se desarrollo en los siguientes objetivos parciales:

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

Metodología: Ficha técnica

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

Universo	Viajeros de las líneas de autobús urbano de Oviedo
Ámbito	Municipio de Oviedo
Recogida de información	Entrevista personal realizada en la parada o a bordo de autobús si no da tiempo a completarla en la parada. La entrevista personal se realiza con un cuestionario on line que agiliza la recogida de datos.
Control de calidad	Se supervisó el trabajo de todo los entrevistadores a través de la aplicación on line que permite control de tiempos y líneas de trabajo.
Tamaño de la muestra	Se realizaron un total de 209 encuestas.
Limpieza de datos	Se ha aplicado una fase exhaustiva de comprobación de datos y no se han eliminado entrevistas en lo que respecta a la valoración de satisfacción.
Fechas de recogida	La recogida de información se llevó a cabo entre los días 5 y 9 de noviembre de 2018.
Error muestral	El error muestral partiendo de los criterios de muestreo aleatorio simple para un universo infinito al 95% de confianza y en el caso de mayor incertidumbre ($p=q=50\%$) es de $<7\%$.

Metodología: muestra

Distribución de las entrevistas por línea

NOMBRE DE LA LÍNEA	Nº DE ENCUESTAS 2018	VIAJEROS ACUMULADO 2018	PROPORCIÓN DE VIAJEROS POR LÍNEA	PROPORCIÓN DE ENCUESTAS REALIZADAS
C – Lugones / Facultades	63	2.892.739	31,5%	30,14%
D – Facultades / Parque Principado	19	805.006	9,5%	9,09%
E - La Monxina / Las Campas	22	1.360.773	11,0%	10,53%
F – HUCA / Naranco / Campillín / HUCA	20	730.073	10,0%	9,57%
G – Puerto / Monte Cerrao	10	137.448	5,0%	4,78%
H – Parque Principado / Catedrático Serrano	42	1.859.689	21,0%	20,10%
J – Otero / San Claudio	20	876.929	10,0%	9,57%
L – San Andrés / Tudela Veguín	13	555.305	6,5%	6,22%
Total	209	9.217.962	100,00%	100,00%

Metodología: tratamiento de la información

Muestra
proporcional en
función del
número de
viajeros por
línea.

Análisis
bivariable,
regresiones,
obtención de la
importancia.

Todos los resultados del informe son el resultado de las valoraciones de viajeros por línea con una muestra proporcional al número acumulado de viajeros en el año 2018.

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

Metodología: las variables de análisis

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

Género	Frecuencia	Porcentaje
Hombre	70	33,5%
Mujer	139	66,51%

Edad	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 21 años	7	3%
22 a 30 años	47	22%
31 a 45 años	77	36,8%
46 a 65 años	73	34,9%
Mayor de 65 años	5	2%

Frecuencia semanal	Frecuencia	Porcentaje
Menos de 2	20	9%
De 2 a 4	57	27%
De 5 a 9	81	38%
10 o más	51	24,4%

Motivo	Frecuencia	Porcentaje
Trabajo	56	26,%
Estudios	36	17,2%
Ocio /visitas	44	21%
Compras	43	20%
Médico/Hospital	21	10%
Otros	9	4,3%

Principales resultados: Perfil de los viajeros

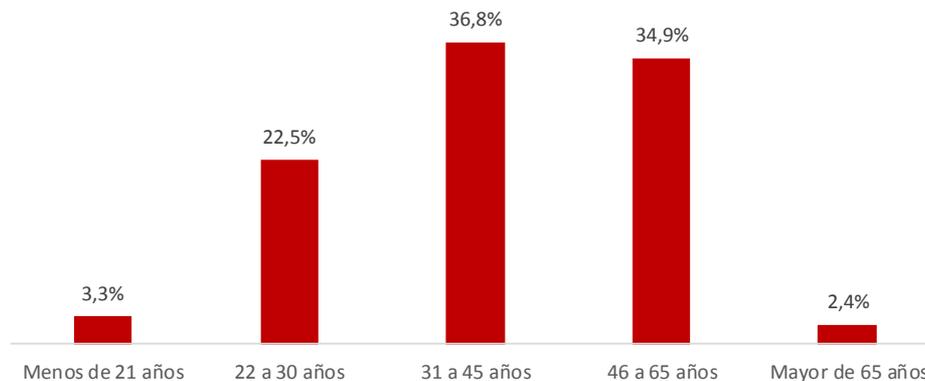
Género

Base: muestra total



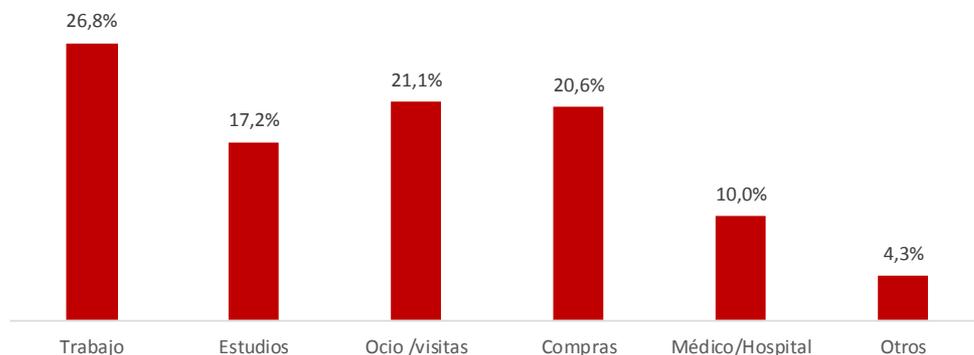
Edad

Base: muestra total



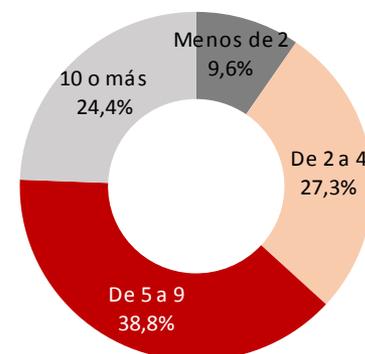
Motivo de viaje

Base: muestra total



Frecuencia de uso semanal

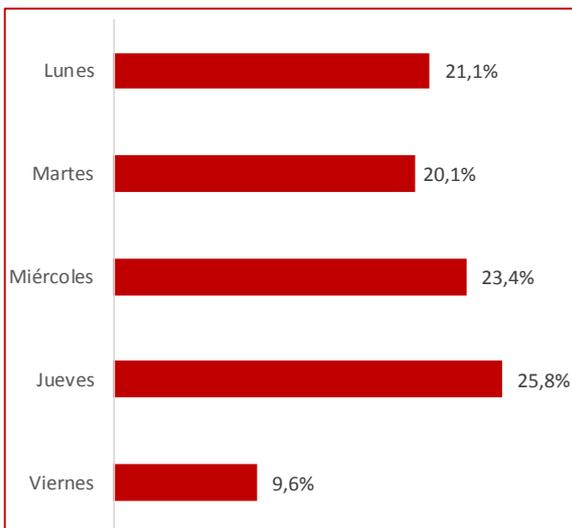
Base: muestra total



Principales resultados: Perfil de los viajeros

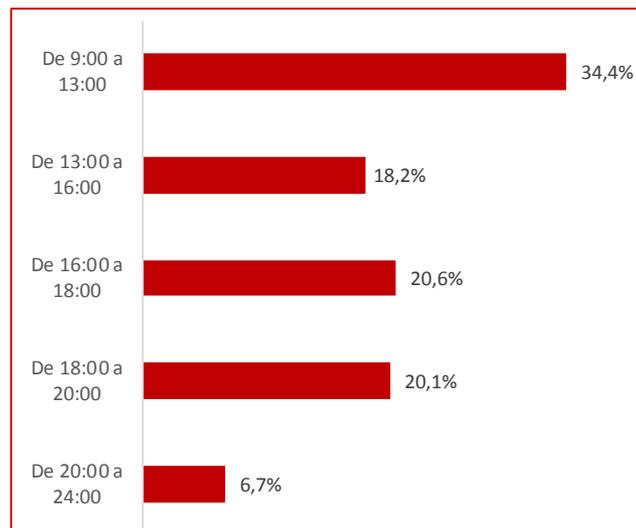
Día de la semana

Base: muestra total



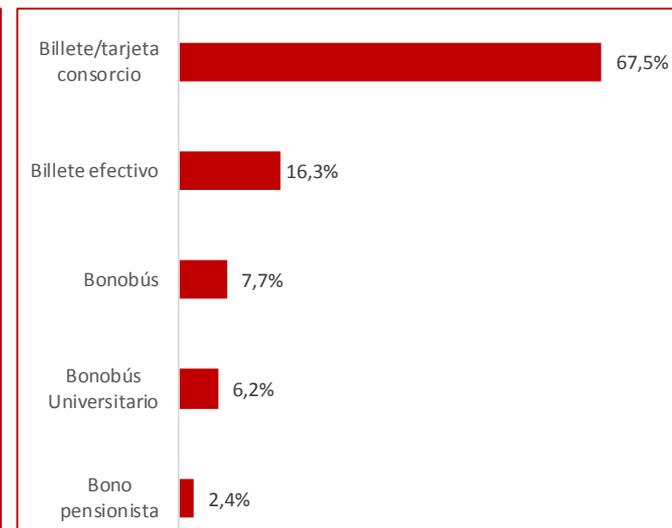
Hora

Base: muestra total



Tipo de billete usado

Base: muestra total



Satisfacción con el servicio: esquema de valoraciones y evolución

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

ASPECTOS	2018	2017	17-18	ASPECTOS	2018	2017	17-18
Puntuación directa de satisfacción general	7,94	7,92		Puntuación directa de satisfacción general	7,94	7,92	
ASP. DEL VIAJE, FUERA DEL AUTOBUS	8,2	7,6		ASP. DEL VIAJE, EN EL AUTOBUS	8,3	8,0	
Servicios de atención al usuario (*)	8,4	6,4	↑	La información dentro del autobús	7,6	8,4	↓
Avisos de incidencias en el servicio	7,5	6,6	↑	La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	8,7	8,5	
Servicio de objetos perdidos (*)	8,6	6,4	↑	La limpieza general interior de los autobuses	8,6	8,5	
Facilidad de contacto con la empresa (*)	8,4	6,4	↑	Identificación del nº de línea bien visible	8,5	8,7	
SERVICIOS AUXILIARES DE LA EMPRESA	8,4	6,4	↑	Comodidad del viaje por número de viajeros	8,4	7,8	
Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	8,6	8,1		Calefacción y Aire Acondicionado	8,6	7,8	
Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	8,7	-	-	EL AUTOBUS	8,6	8,1	
La información de horarios y frecuencias en las paradas	8,2	7,8		Información correcta y adecuada	8,4	8,5	
Conexión con otros medios y entre líneas	8,1	8,0		Aspecto e imagen del conductor	8,7	8,7	
Diseño de recorridos de las líneas	8,3	7,4		Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	8,0	7,8	
Amplitud de la red de autobuses	8,7	7,8		Trato adecuado a los usuarios	8,3	8,4	
La información de recorridos/líneas en las paradas	8,5	7,8		EL CONDUCTOR	8,5	8,2	
Cercanía a la parada	8,6	8,2		La frecuencia y horarios de paso en días laborables	8,2	8,1	
LA RED (líneas/Paradas)	8,6	7,8		Cumplimiento de horarios y frecuencias	8,4	8,2	
Precio de los billetes	7,6	6,4	↑	Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	8,3	8,3	
Variedad de tipo de tarifas	7,9	7,1		La duración del trayecto	8,1	7,4	
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	8,2	8,0		La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	7,5	7,6	
TITULOS DE VIAJE (Billetes)	8,0	7,1	↑	Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	8,7	8,3	
				TIEMPOS	8,3	7,9	

↑: AUMENTOS DESTACABLES

↓: DESCENSO DESTACABLES

(*) En estos atributos obtenemos una muestra más baja, ya que solo lo han valorado los usuarios que tienen conocimiento del respectivo servicio o aspecto

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

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

* Se destacan en rojo los aspectos de mayor satisfacción

Satisfacción con el servicio: ranking de los aspectos del servicio

	2018	2017	DIF	
Puntuaciones superiores a 8,5 puntos	Aspecto e imagen del conductor	8,7	8,7	0,0
	Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	8,7	-	-
	Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	8,7	8,3	0,4
	Amplitud de la red de autobuses	8,7	7,8	0,9
	La limpieza general interior de los autobuses	8,7	8,5	0,1
	Calefacción y Aire Acondicionado	8,6	7,8	0,8
	Cercanía a la parada	8,6	8,2	0,4
	Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	8,6	8,1	0,5
	La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	8,6	8,5	0,1
	Servicio de objetos perdidos	8,6	6,4	2,2
	La información de recorridos/líneas en las paradas	8,5	7,8	0,7
	Identificación del nº de línea bien visible	8,5	8,7	-0,2
	Comodidad del viaje por número de viajeros	8,4	7,8	0,6
	Cumplimiento de horarios y frecuencias	8,4	8,2	0,3
Facilidad de contacto con la empresa	8,4	6,4	2,1	
Servicios de atención al usuario	8,4	6,4	2,0	
Información correcta y adecuada	8,4	8,5	-0,1	
Trato adecuado a los usuarios	8,3	8,4	-0,1	
Diseño de recorridos de las líneas	8,3	7,4	0,9	
Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	8,3	8,3	0,1	
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	8,2	8,0	0,2	
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	8,2	8,1	0,1	
La información de horarios y frecuencias en las paradas	8,2	7,8	0,4	
Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas	8,1	8,0	0,1	
La duración del trayecto	8,1	7,4	0,7	
Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	8,0	7,8	0,3	
Variedad de tipo de tarifas	7,9	7,1	0,8	
Puntuaciones inferiores a 8 puntos	Precio de los billetes	7,6	6,4	1,2
	La información dentro del autobús	7,6	8,4	-0,8
	Avisos de incidencias en el servicio	7,5	6,6	0,9
	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	7,5	7,6	-0,1

COLOR VERDE: AUMENTOS DESTACABLES
 COLOR ROJO: DESCENSO DESTACABLES
 COLOR GRIS: NO DIFERENCIA

Satisfacción con el servicio

En cuanto a los componentes del servicio –fuera del autobús o durante el viaje- se comprueba que obtiene mayor satisfacción los aspectos **durante el viaje (8,3)**.

FUERA DEL AUTOBÚS

Dentro de los aspectos fuera del autobús, los que obtienen una mayor valoración son aquellos relacionados con la **Red de transportes (8,6)** y en concreto, las valoraciones más positivas las obtienen *la accesibilidad de paradas (8,7)* y *la amplitud de la red de autobuses (8,7)*.

Los aspectos con menor satisfacción del componente fuera del autobús, son los relativos a los *títulos de viaje (8,0)* obteniendo la puntuación más baja *el precio de los billetes (7,6)*. Con respecto a los servicios auxiliares, la puntuación más baja la obtiene los Avisos de incidencias (7,5) que es el aspecto menos valorados en el componente fuera del autobús.

DURANTE EL VIAJE

Con respecto a los aspectos dentro del autobús los que obtienen una mayor valoración directa son aquellos relacionados con el **Autobús (8,6)** y en concreto, la valoración más positiva la obtiene *la limpieza interior del autobús (8,7)*. También puntúan positivamente aspectos del Conductor y los tiempos con una puntuación de 8,7 referida al *aspecto e imagen del conductor* y el *tiempo de acceso al autobús*.

Los aspectos con menor satisfacción del componente durante el viaje, son los relativos a tiempos obteniendo la puntuación más baja, *la frecuencia y horarios de paso en días festivos y fines de semana (7,5)*

En general se obtiene un aumento del Índice de Calidad de Servicio, de los componentes fuera del autobús y durante el viaje y de las valoraciones contenidas en estas dimensiones (*Servicio auxiliares, La red, Títulos de viaje, El autobús, el Conductor y los Tiempos*). Tan solo se produce un descenso destacable en la puntuación relacionada con la información dentro del autobús.

Satisfacción con el servicio

Realizando un análisis del ranking de aspectos evaluados, se comprueba que los que obtienen mayor satisfacción son el aspecto de **imagen del conductor (8,7)**, **la accesibilidad de las paradas (8,7)**, **la amplitud de la red de autobuses (8,7)**, **la limpieza interior del bus (8,7)** y **el tiempo de acceso al autobús (8,7)**.

Los aspectos con menor satisfacción son **la frecuencia en días festivos y fines de semana (7,5)**, **el precio de los billetes (7,6)**, **los avisos de incidencias (7,5)** y **la información dentro del autobús (7,6)**.

En general los aspectos del servicio obtienen una mejora con respecto al año 2017 pero destacan los siguientes aspectos:

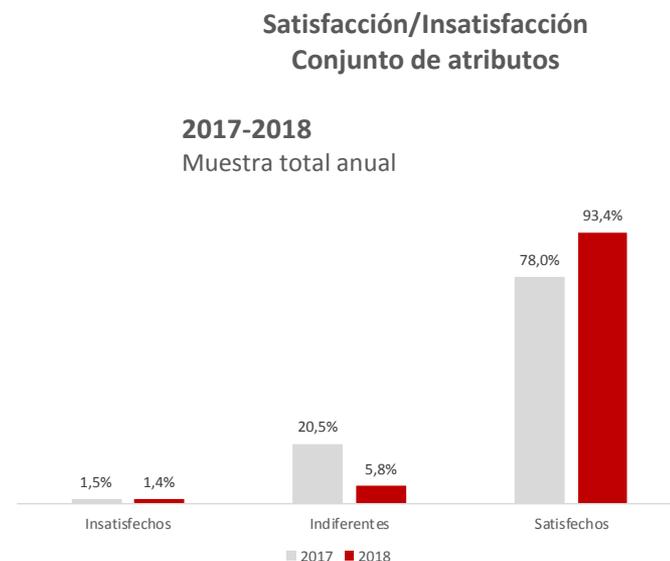
- **Servicio de objetos perdidos:** Obtiene una mejora de 2,2 puntos sobre el año 2017. Hay que destacar que en el año 2018 este aspecto lo valoran solo los usuarios que han conocido ese servicio ya sea por un objeto perdido propio o de algún amigo o familiar. Este aspecto cuenta con una muestra de 112 respuestas (54% de la muestra)
- **Facilidad de contacto con la empresa:** Obtiene una mejora de 2,1 puntos sobre el año 2017. Hay que destacar que en el año 2018 este aspecto lo valoran solo los usuarios que han tenido contacto con la empresa o lo han conocido por algún amigo o familiar. Este aspecto cuenta con una muestra de 141 respuestas (67% de la muestra).
- **Servicio de atención al usuario:** Obtiene una mejora de 2,0 puntos sobre el año 2017. Hay que destacar que en el año 2018 este aspecto lo valoran solo los usuarios que han utilizado el servicio de atención al usuario o lo han conocido por algún amigo o familiar. Este aspecto cuenta con una muestra de 139 respuestas (67% de la muestra).

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

	% de insatisfechos (0 a 3)		% de satisfechos (7 a 9)	
	2018	2017	2018	2017
Servicios de atención al usuario	0,0%	2,8%	95,7%	44,0%
Avisos de incidencias en el servicio	4,5%	2,1%	81,9%	47,8%
Servicio de objetos perdidos	0,0%	1,1%	97,3%	41,1%
Facilidad de contacto con la empresa	1,4%	2,2%	97,1%	44,0%
Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	1,0%	0,5%	99,0%	85,1%
Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	0,0%	-	97,6%	-
La información de horarios en las paradas	3,9%	1,6%	91,6%	81,0%
Conexión con otros medios y entre líneas	1,7%	0,4%	91,4%	84,7%
Diseño de recorridos de las líneas	1,5%	2,1%	93,6%	77,5%
Amplitud de la red de autobuses	0,0%	0,8%	99,0%	83,1%
La información de recorridos/líneas en las paradas	1,0%	0,0%	96,6%	81,3%
Cercanía a la parada	0,0%	0,5%	99,0%	89,8%
Precio de los billetes	1,0%	7,6%	77,1%	45,7%
Variedad de tipo de tarifas	2,5%	4,6%	90,2%	64,5%
Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	1,2%	2,2%	92,9%	80,3%
La información dentro del autobús	4,4%	0,6%	82,0%	92,9%
La limpieza general interior de los autobuses	0,0%	0,0%	98,6%	93,1%
La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	0,0%	0,0%	97,1%	92,1%
Identificación del nº de línea bien visible	1,0%	0,0%	96,7%	93,1%
Comodidad del viaje por número de viajeros	0,5%	1,2%	96,7%	84,1%
Calefacción y Aire Acondicionado	0,0%	2,0%	98,6%	83,1%
Información correcta y adecuada	1,1%	0,6%	96,3%	87,0%
Aspecto e imagen del conductor	0,0%	0,0%	97,6%	92,7%
Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	1,5%	1,5%	87,3%	76,7%
Trato adecuado a los usuarios	1,0%	0,6%	92,3%	86,8%
La frecuencia y horarios de paso en días laborables	2,9%	1,0%	93,7%	83,7%
Cumplimiento de horarios y frecuencias	1,0%	1,5%	94,7%	88,6%
Hora de inicio/finalización del servicio laborables	0,6%	1,5%	94,6%	87,1%
La duración del trayecto	2,4%	3,3%	88,8%	74,2%
La frecuencia y horarios de paso en festivos	6,5%	1,0%	81,0%	72,2%
Tiempo de acceso al autobús	0,0%	0,3%	97,5%	92,1%

Diferencias destacadas de $\pm 2\%$

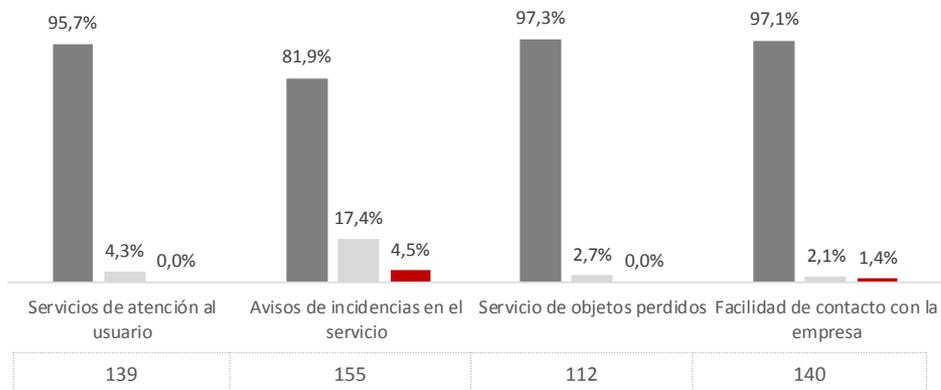
Diferencias destacadas de $\pm 10\%$



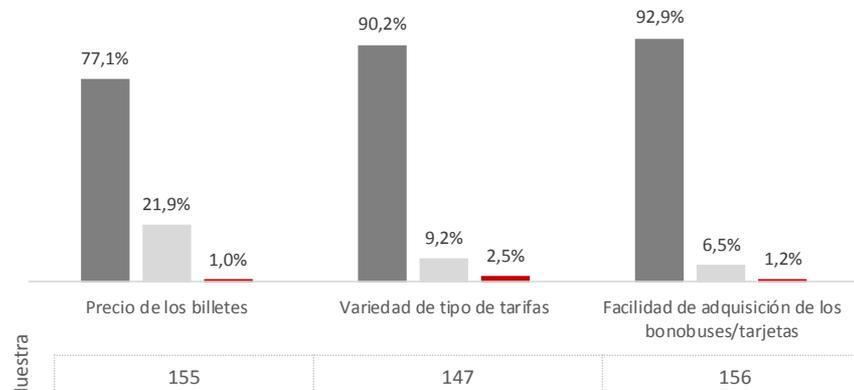
Satisfacción con el servicio: análisis de la insatisfacción

FUERA DEL AUTOBÚS

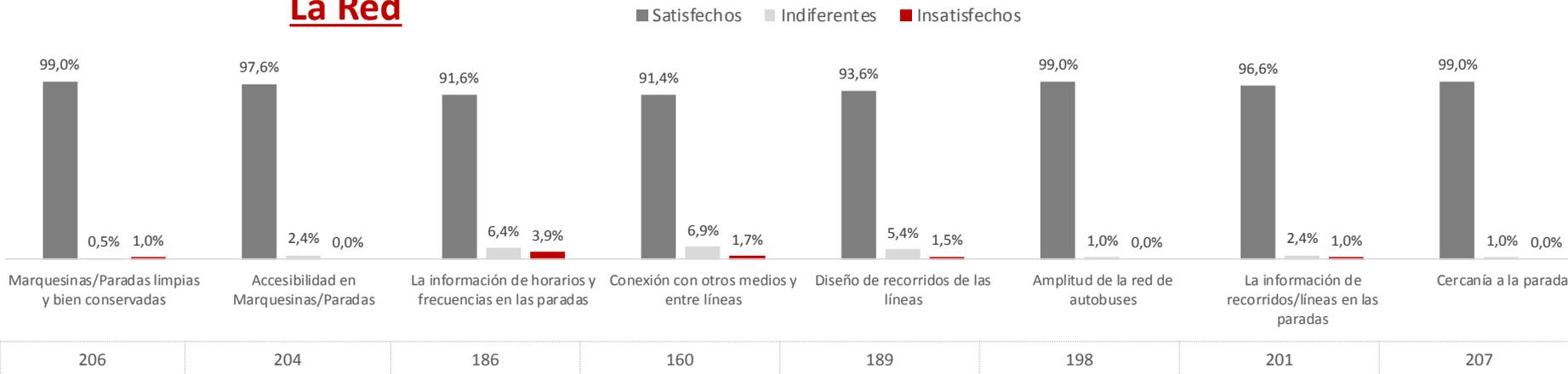
Servicios auxiliares



Títulos de viaje



La Red

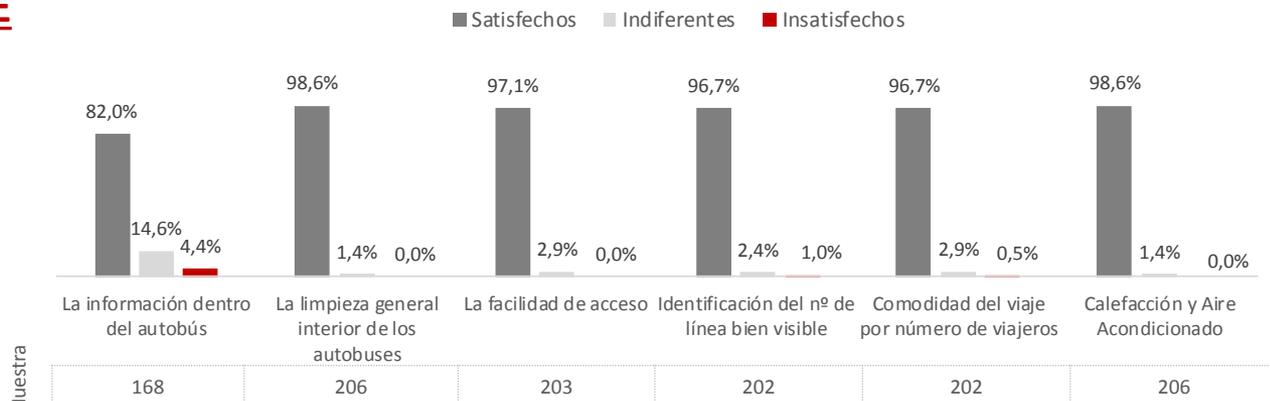


Satisfechos Los que puntúan >6 pts
 Indiferentes Los que puntúan de 4 a 6 pts
 Insatisfechos Los que puntúan <6 pts

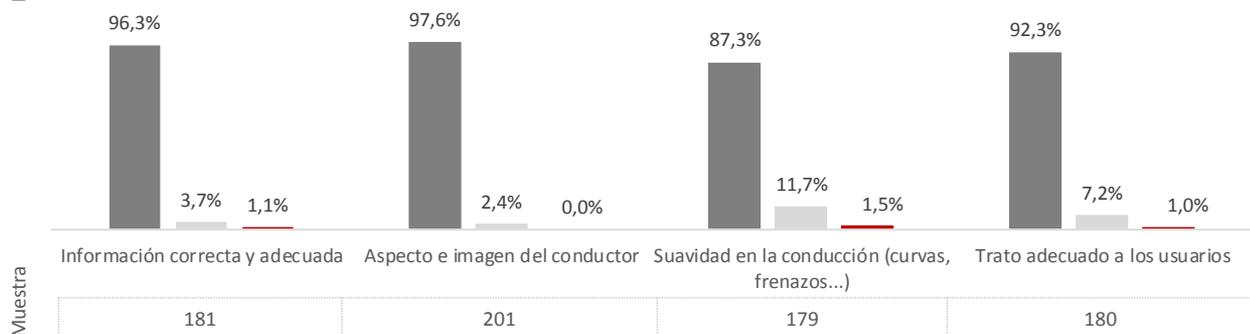
Satisfacción con el servicio: análisis de la insatisfacción

DURANTE EL VIAJE

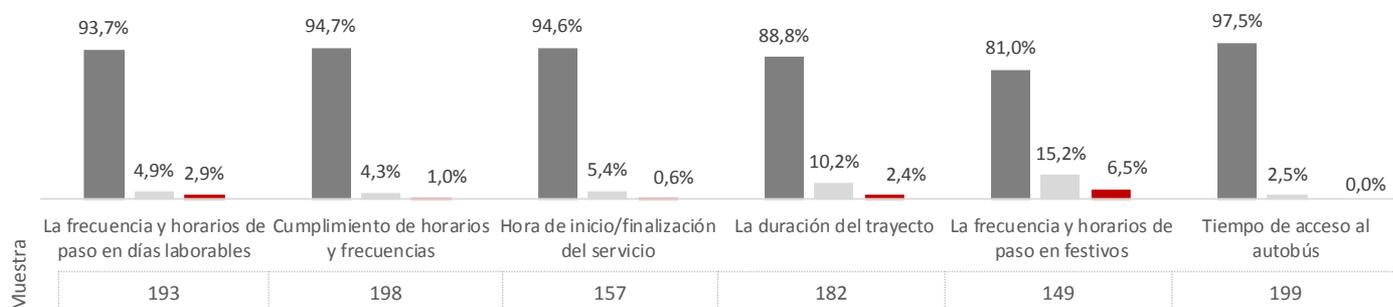
El Autobús



El Conductor



Los tiempos



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

Satisfacción con el servicio

Con respecto al conjunto de atributos evaluados, analizando los usuarios insatisfechos y satisfechos se comprueba que en el año 2018 aumentan los usuarios satisfechos (puntuaciones del 7 al 10). El porcentaje de usuarios insatisfechos permanece prácticamente estable con respecto al año 2017 (puntuaciones de 0 a 3).

Analizando la insatisfacción de los aspectos se comprueban que:

- **Existen atributos sin usuarios insatisfechos (0% en puntuaciones de 0 al 3):** Servicios de atención al usuario, servicio de objetos perdidos, accesibilidad de las paradas, amplitud de la red de autobuses, cercanía de las paradas, limpieza de los autobuses, facilidad de acceso al autobús, calefacción/aire acondicionado, imagen del conductor y tiempo de acceso al bus.
- **Los aspectos que puntúan más alto en insatisfacción son:** Frecuencia y horarios en fines de semana y festivos (6,5%), Avisos de incidencias del servicio (4,5%) y la Información de horarios en las paradas (3,9%)

Haciendo un comparativo con el año 2017 de los usuarios insatisfechos, se comprueba que el 48,4% de los aspectos disminuyen el porcentaje de insatisfacción, en un 16,2% permanecen estables y el 35,5% de los aspectos lo aumentan.

Aspectos que aumentan el % de usuarios insatisfechos

- Trato adecuado a los usuarios
- Información correcta y adecuada
- Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas
- La información de recorridos/líneas en las paradas
- Identificación del nº de línea bien visible
- Conexión con otros medios y entre líneas
- La frecuencia y horarios de paso en días laborables
- La información de horarios y frecuencias en las paradas
- Avisos de incidencias en el servicio
- La información dentro del autobús
- La frecuencia y horarios de paso en festivos

Aspectos que disminuye el % de usuarios insatisfechos

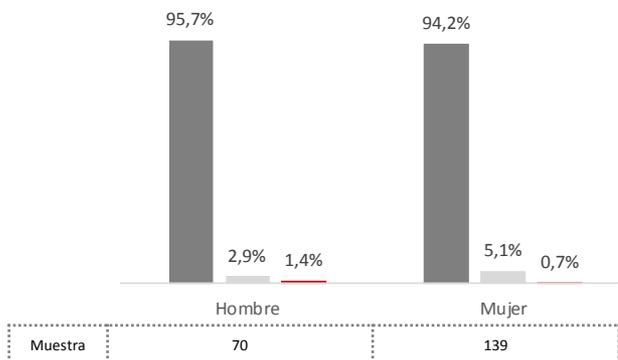
- Precio de los billetes
- Servicios de atención al usuario
- Variedad de tipo de tarifas
- Calefacción y Aire Acondicionado
- Servicio de objetos perdidos
- Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas
- La duración del trayecto
- Hora de inicio/finalización del servicio
- Amplitud de la red de autobuses
- Facilidad de contacto con la empresa
- Comodidad del viaje por número de viajeros
- Diseño de recorridos de las líneas
- Cercanía a la parada
- Cumplimiento de horarios y frecuencias
- Tiempo de acceso al autobús

Aspectos que permanecen estables en insatisfacción

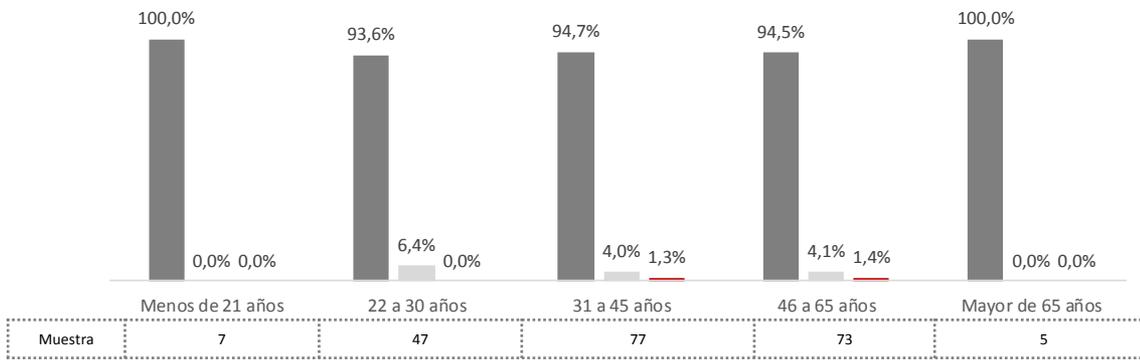
- Accesibilidad en Marquesinas/Paradas
- La limpieza general interior de los autobuses
- La facilidad de acceso
- Aspecto e imagen del conductor
- Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)

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

% Satisfacción global según Género

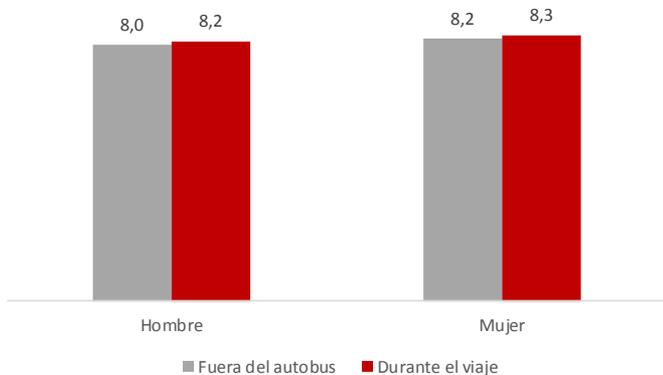


% Satisfacción global según Edad

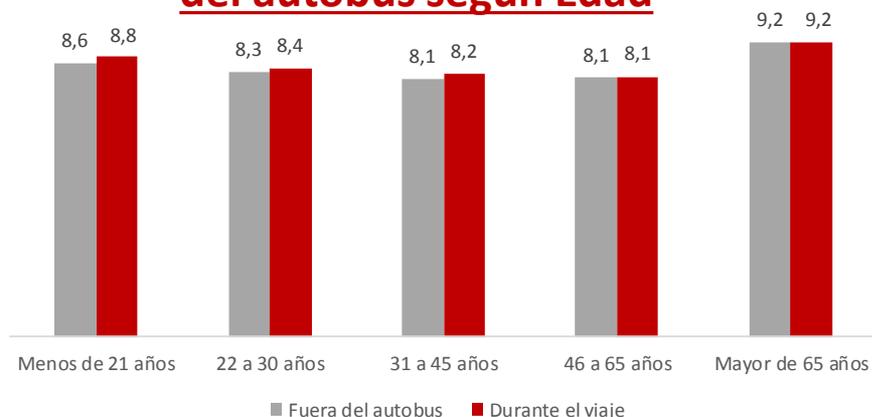


■ Satisfechos (7 a 10) ■ Indiferentes (4 a 6) ■ Insatisfechos (0 a 3)

Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Género



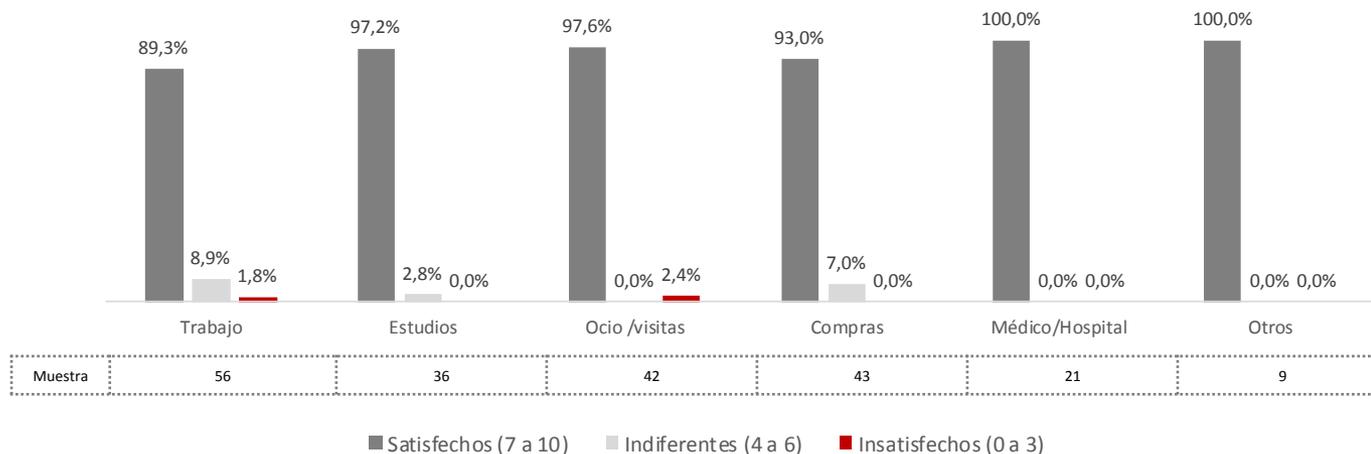
Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Edad



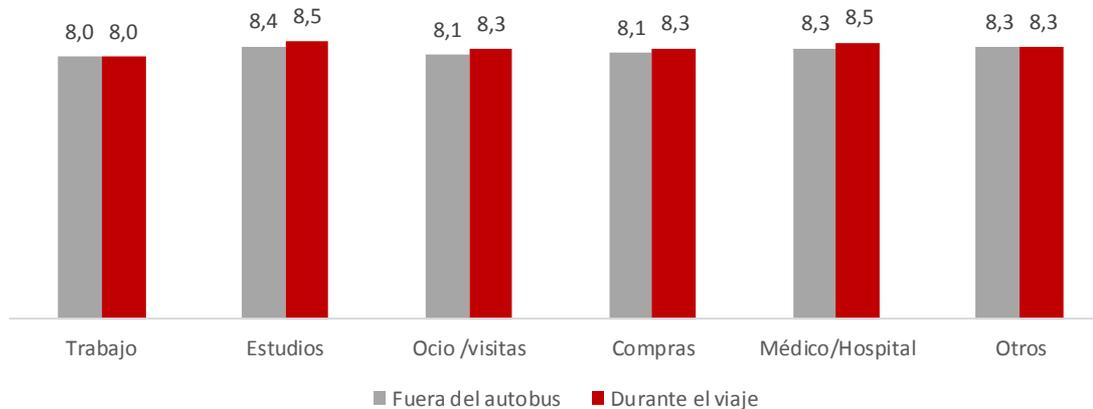
■ Fuera del autobús ■ Durante el viaje

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

% Satisfacción global según Motivo de viaje

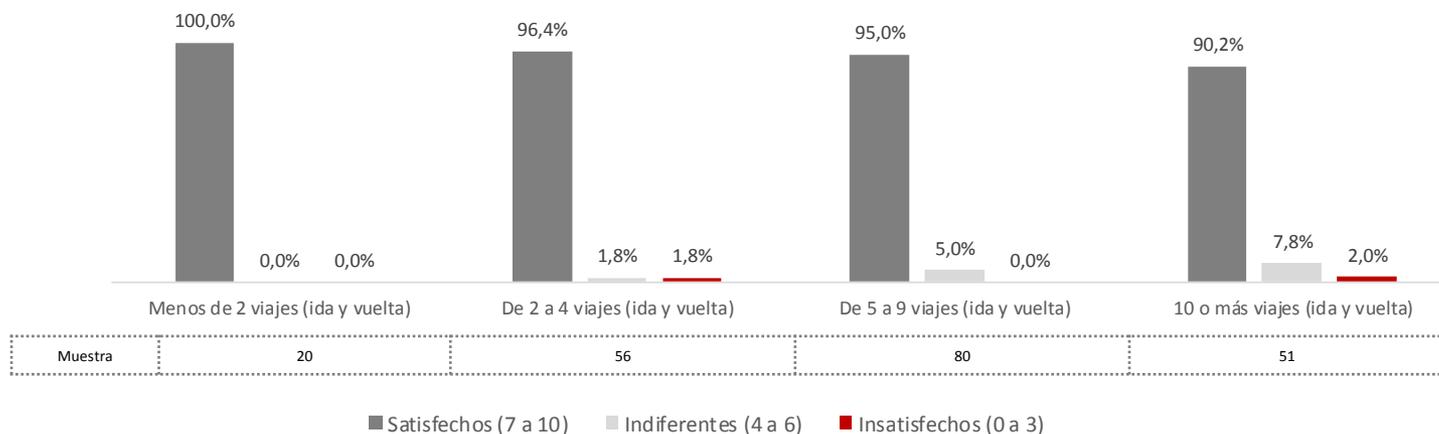


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Motivo de viaje

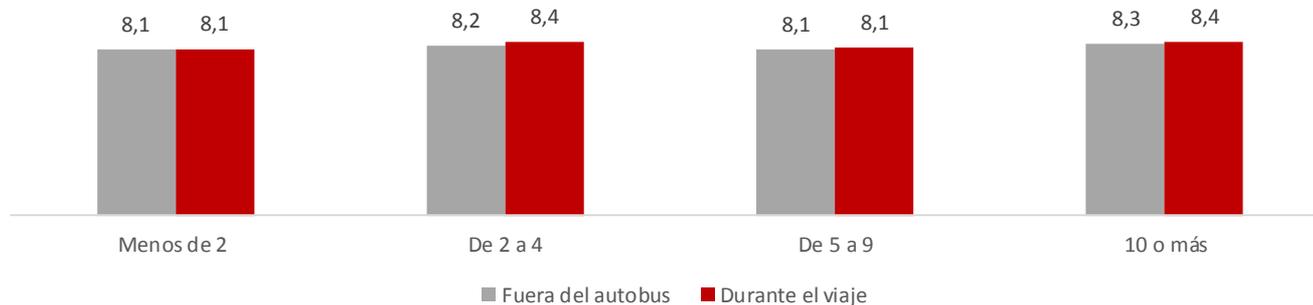


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Frecuencia de viaje

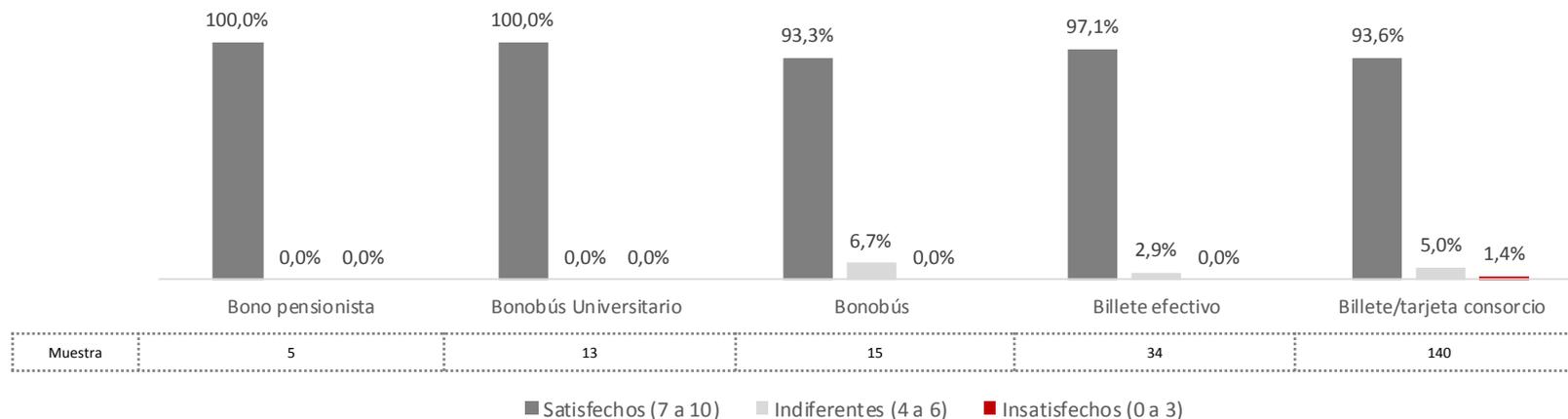


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Frecuencia de viaje

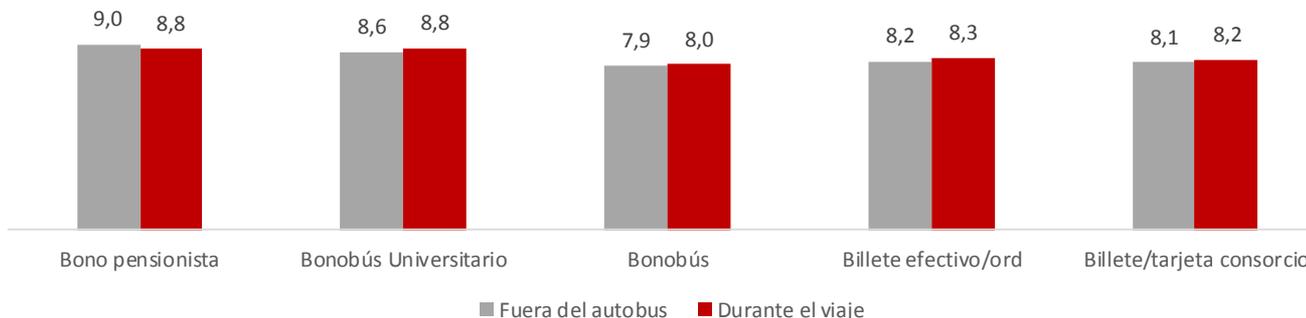


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según Tipo de Billete

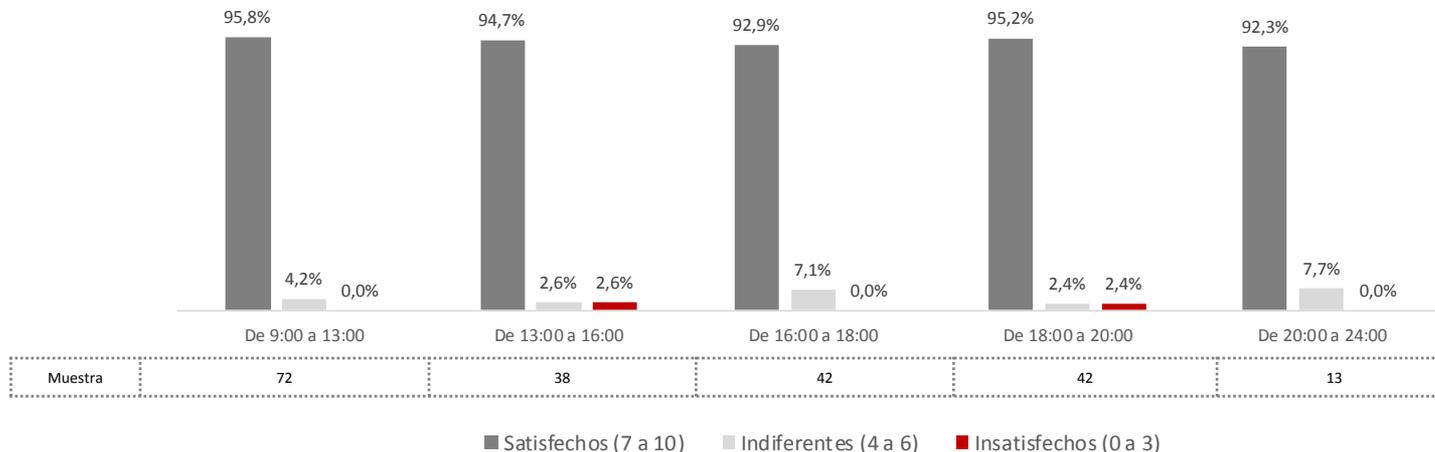


Promedio Satisfacción fuera/dentro del autobús según Tipo de Billete

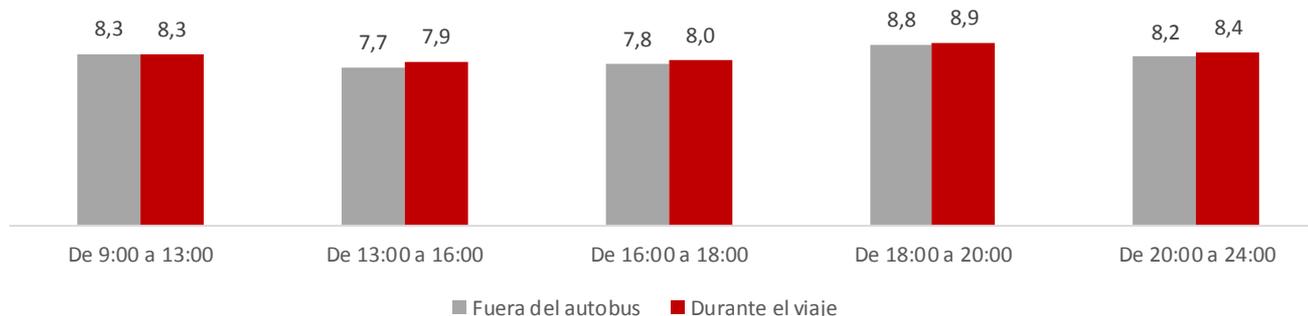


Satisfacción con el servicio: valoración global del servicio según perfil del viajero

% Satisfacción global según la Hora del Viaje



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



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

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

- Analizando los resultados obtenidos por **género** se comprueba que los hombres tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que las mujeres pero los hombres valoran los aspectos del servicio tanto fuera del autobús como durante el viaje con una media inferior.
- Con respecto a la **edad** del usuario se comprueba que los menores de 21 años y los mayores de 65 años tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios. Además estos segmentos de edad también valoran más positivamente tanto fuera del autobús como durante el viaje.
- Según el **motivo** por el que realizan el viaje, los usuarios que viajan por ocio y los que van al médico tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios. Sin embargo los que viajan por motivo de estudios son los que obtienen una media más positiva en los aspectos fuera del autobús.
- Analizando los resultados por la **frecuencia del viaje**, se comprueba que los usuarios más esporádicos (menos de 2 viajes de ida y vuelta) son los que tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que los usuarios más habituales. Sin embargo los usuarios más esporádicos obtienen menor satisfacción media de los aspectos durante el viaje y fuera del autobús.
- Con respecto al **tipo de billete** utilizado se comprueba que los usuarios que usan el bono pensionista y el universitario son los que tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general que el resto de usuarios y también son los que puntúan más positivamente los aspectos fuera del autobús y durante el viaje.
- Por último, con respecto al **horario en el que utilizan el servicio**, los usuarios que utilizan el servicio entre las 9:00 y las 13:00 horas son los que tienen una imagen más positiva (mayor % de puntuaciones entre 7 y 10) del servicio a nivel de satisfacción general. Sin embargo los aspectos fuera del autobús y durante el viaje son más valorados por los usuarios que utilizan el servicio entre las 18:00 y las 20:00 horas.

Importancia componentes del servicio

Importancia	Aspectos del viaje fuera del autobús	Aspectos del viaje en el autobús
54,2%	31,9% Serv. Aux de la empresa	
	23,4% La red	
	44,7% Títulos de viaje	
47,8%		27,5% El autobús
		40,5% El conductor
		31,9% Los tiempos

30,0%	Servicios de atención al usuario
13,0%	Avisos de incidencias en el servicio
24,0%	Servicio de objetos perdidos
33,0%	Facilidad de contacto con la empresa
8,8%	Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas
6,9%	Accesibilidad en Marquesinas/Paradas
18,3%	La información de horarios y frecuencias en las paradas
10,8%	Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas
19,5%	Diseño de recorridos de las líneas
11,6%	Amplitud de la red de autobuses
15,4%	La información de recorridos/líneas en las paradas
8,6%	Cercanía a la parada
27,2%	Precio de los billetes
38,7%	Variedad de tipo de tarifas
34,0%	Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas
21,2%	La información dentro del autobús
15,1%	La limpieza general interior de los autobuses
13,1%	La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)
23,1%	Identificación del nº de línea bien visible
14,6%	Comodidad del viaje por número de viajeros
13,0%	Calefacción y Aire Acondicionado
25,8%	Información correcta y adecuada
23,0%	Aspecto e imagen del conductor
27,1%	Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)
24,1%	Trato adecuado a los usuarios
18,5%	La frecuencia y horarios de paso en días laborables
20,2%	Cumplimiento de horarios y frecuencias
18,2%	Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables
14,5%	La duración del trayecto
18,5%	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana
10,2%	Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)

* Se destacan en rojo los aspectos de mayor importancia

Importancia componentes del servicio: ranking de importancia y evolución

		Peso de los atributos		
		2018	2017	DIF
Peso superior a 4%	Variedad de tipo de tarifas	5,2%	1,2%	4,0% *
	Facilidad de contacto con la empresa	4,8%	4,1%	0,7%
	Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas	4,6%	2,5%	2,1% *
	Servicios de atención al usuario	4,4%	2,1%	2,3% *
	Cumplimiento de horarios y frecuencias	4,2%	3,2%	1,0%
	Suavidad en la conducción (curvas, frenazos...)	4,1%	8,1%	-4,0% *
	Identificación del nº de línea bien visible	3,9%	1,9%	2,0% *
	Información correcta y adecuada	3,9%	5,5%	-1,6%
	La frecuencia y horarios de paso en días laborables	3,9%	2,9%	1,0%
	La frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana	3,9%	7,1%	-3,3% *
	Hora de inicio/finalización del servicio en días laborables	3,8%	1,3%	2,5% *
	Diseño de recorridos de las líneas	3,7%	5,5%	-1,8%
	Precio de los billetes	3,6%	5,8%	-2,2% *
	Trato adecuado a los usuarios	3,6%	3,7%	-0,1%
La información dentro del autobús	3,6%	2,5%	1,1%	
Servicio de objetos perdidos	3,5%	2,1%	1,4%	
La información de horarios y frecuencias en las paradas	3,5%	2,4%	1,1%	
Aspecto e imagen del conductor	3,5%	8,5%	-5,0% *	
La duración del trayecto	3,0%	2,3%	0,7%	
La información de recorridos/líneas en las paradas	2,9%	2,7%	0,2%	
La limpieza general interior de los autobuses	2,6%	3,2%	-0,6%	
Comodidad del viaje por número de viajeros	2,5%	2,5%	0,0%	
La facilidad de acceso (escalones, barandillas, etc.)	2,2%	3,8%	-1,6%	
Calefacción y Aire Acondicionado	2,2%	0,8%	1,4%	
Amplitud de la red de autobuses	2,2%	3,6%	-1,4%	
Conexión con otros medios (RENFE, bus interurbano...) y entre líneas	2,0%	3,7%	-1,7%	
Peso inferior a 2%	Avisos de incidencias en el servicio	1,9%	0,8%	1,1%
	Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas	1,7%	1,0%	0,7%
	Cercanía a la parada	1,6%	2,7%	-1,1%
	Accesibilidad en Marquesinas/Paradas	1,3%	-	-
	Tiempo de acceso al autobús (colas, compra y picado de billetes...)	2,1%	2,6%	-0,5%

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

Importancia componentes del servicio

Importancia de los aspectos fuera del autobús

En primer lugar, se desprende de los análisis realizados que los aspectos fuera del autobús son más relevantes para el usuario. Entre los aspectos fuera del autobús destaca la importancia de los **títulos de viaje** y en especial de *la variedad de tipos de tarifas existentes*. Con respecto a los **servicios auxiliares**, destaca con más peso en la importancia relativa a la satisfacción global, el aspecto *de facilidad de contacto con la empresa* y en lo relativo a **la Red**, destaca *la información en paradas*.

Importancia de los aspectos durante el viaje

En lo relativo a la importancia del componente durante el viaje, destaca **el conductor** como componente más importante del viaje otorgando más peso el aspecto relacionado con *la información que el conductor aporta al viajero*. **Los tiempos** del viaje, también tienen gran peso en la satisfacción global destacando *la frecuencia y horarios de paso en festivos y fines de semana y la frecuencia en días laborables*. Los aspectos relativos al autobús son los que tienen menor peso en la satisfacción global pero destaca el aspecto de *identificación de la línea* como el más relevante.

Evolución de la Importancia de los aspectos

El aspecto que más ha aumentado en importancia sobre el año 2017 es la **Variedad de tipo de tarifas** y el aspecto que más ha descendido en el peso de la importancia con respecto al año 2017 es la imagen del conductor.

En el ranking de aspectos, sin diferenciar los componentes –fuera del autobús y durante el viaje- los aspectos más importantes para los usuarios en 2018 son: *Variedad de tipo de tarifas, Facilidad de contacto con la empresa, Facilidad de adquisición de los bonobuses/tarjetas, Servicios de atención al usuario, cumplimiento de horarios y frecuencia y Suavidad en la conducción*.

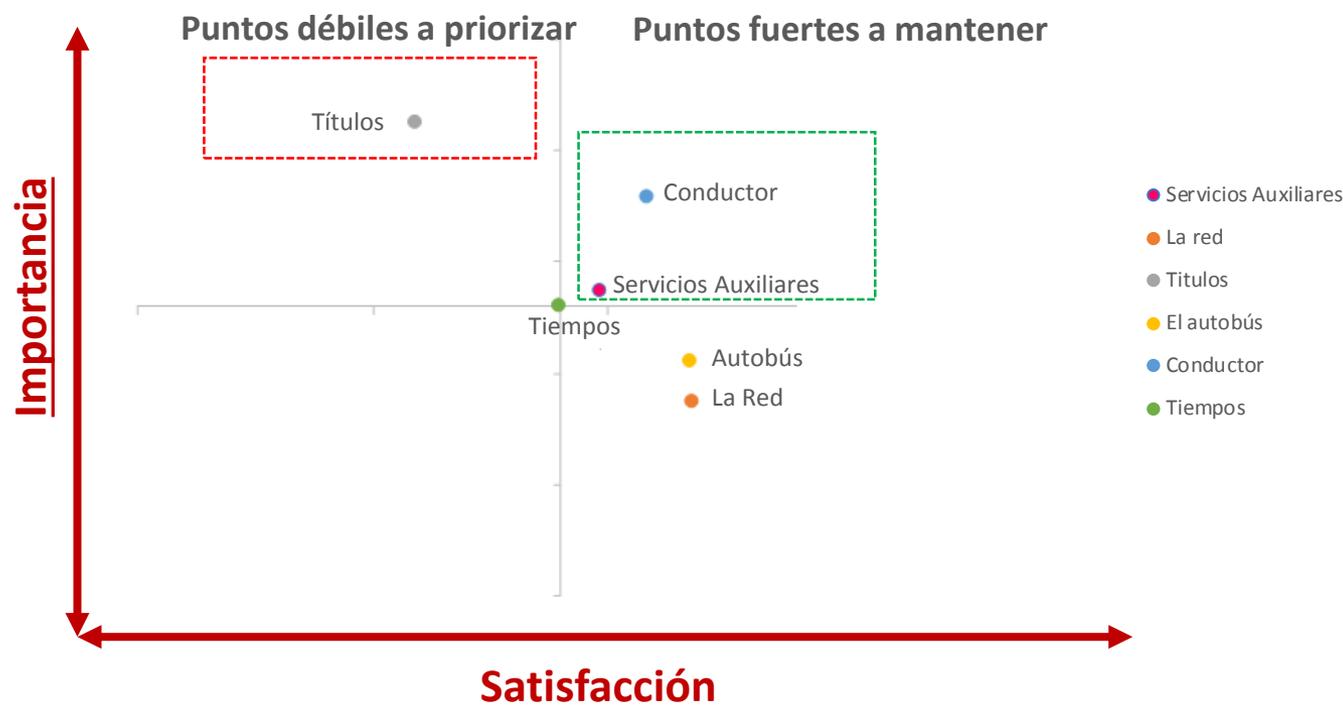
Los aspectos que los usuarios han otorgado menor importancia en el año 2018 son: *Tiempo de acceso al autobús, Marquesinas/Paradas limpias y bien conservadas, Accesibilidad en Marquesinas/Paradas, Avisos de incidencias del servicio y Cercanía a la parada*.

Importancia vs Satisfacción de los componentes del servicio

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

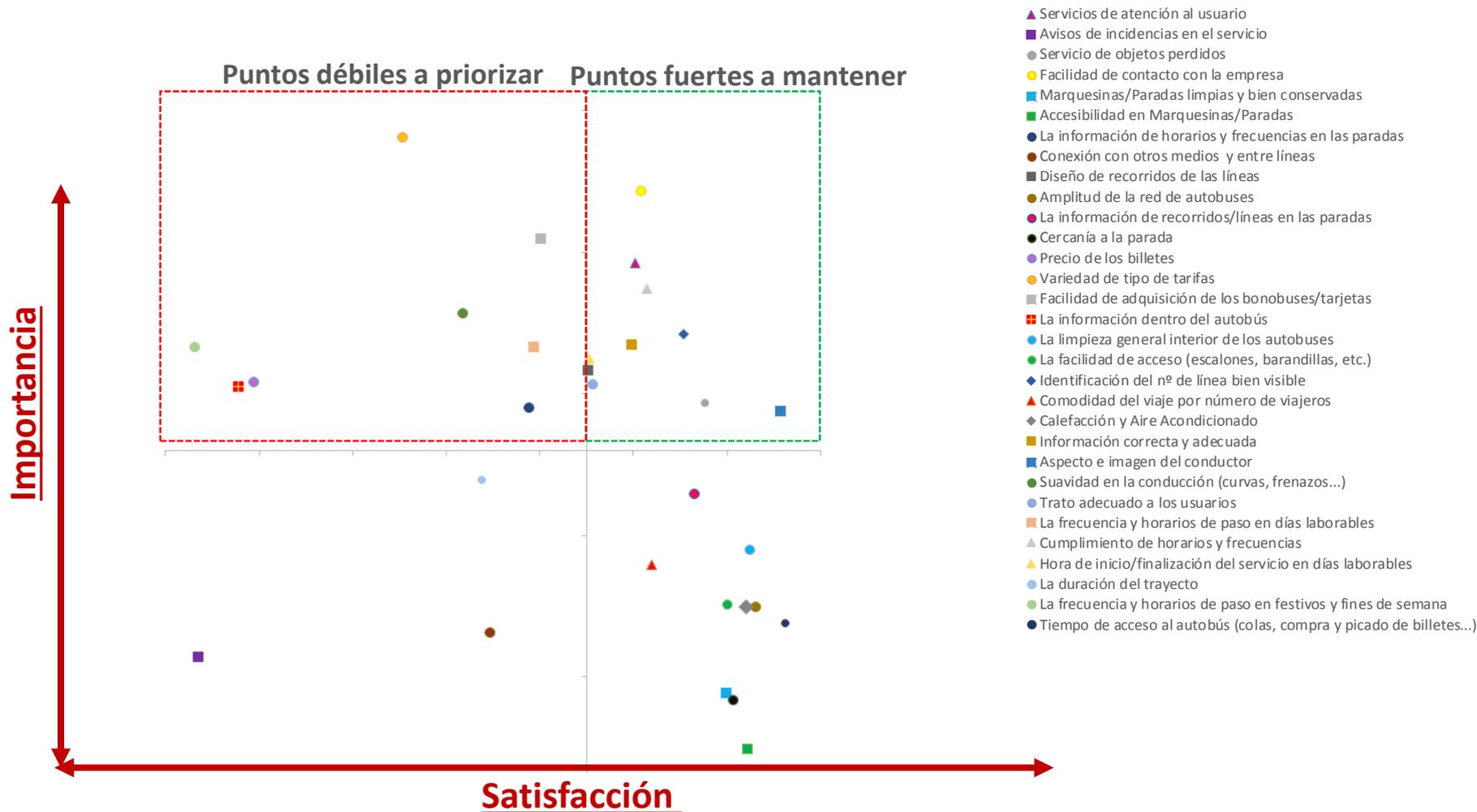
El eje x se configura como la satisfacción del componente y el eje y la importancia otorgada a ese componente. El punto de corte entre los dos ejes es la media de cada uno de ellos enfocando de este modo los puntos fuertes del servicio y los puntos débiles sobre los que se deben priorizar las acciones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

Analizando la matriz resultante se comprueba que el componente Conductor (puntuación global) y los Servicios Auxiliares son los puntos fuertes del servicio en el año 2018 y el componente Títulos de transporte, es el punto débil o prioritario en el año 2018.



Importancia vs Satisfacción de los aspectos del servicio

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



Importancia vs Satisfacción de los aspectos del servicio

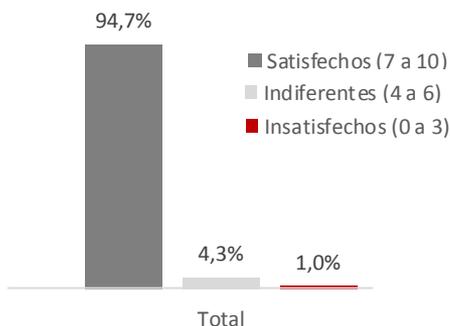
A continuación se explican los aspectos destacados en la matriz anterior, sobre los puntos débiles a priorizar y los puntos fuertes a mantener:



Satisfacción y recomendación de la empresa

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

% Satisfacción global

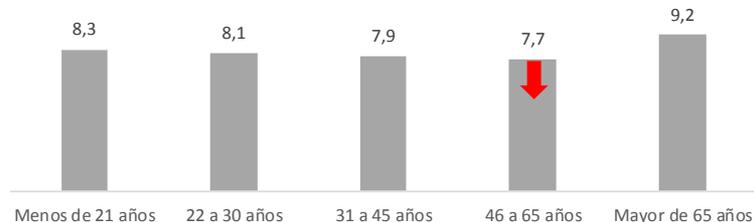


Satisfacción global
7,94

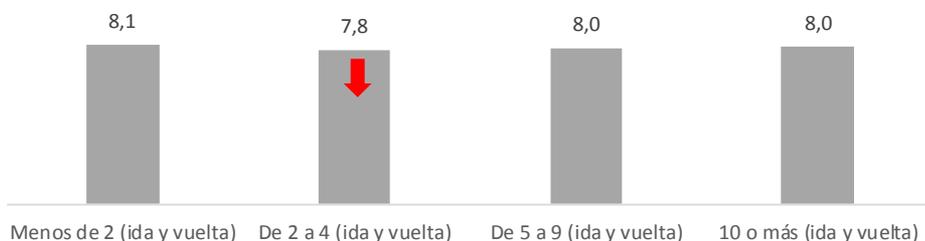
Satisfacción global por género



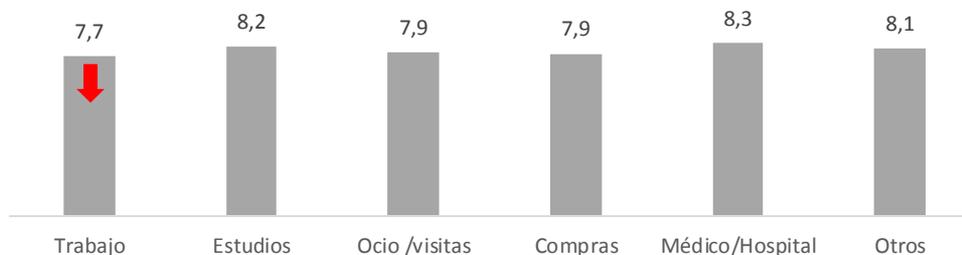
Satisfacción global por edad



Satisfacción global por frecuencia de uso



Satisfacción global por Motivos del viaje

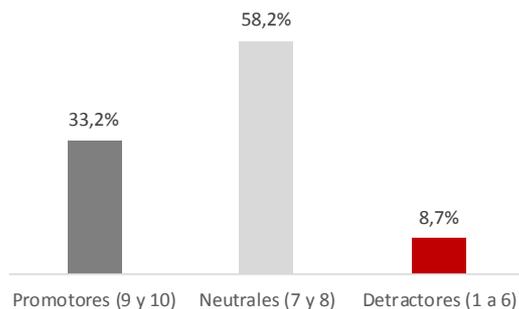


*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios menos satisfechos.

Satisfacción y recomendación de la empresa

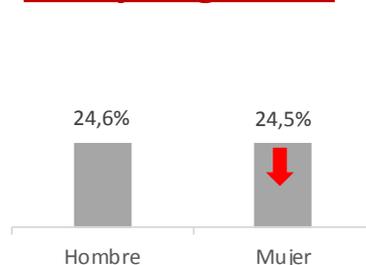
¿Cómo valoraría Vd., de 0 a 10, su nivel de recomendación a la empresa TUA?

% Recomendación

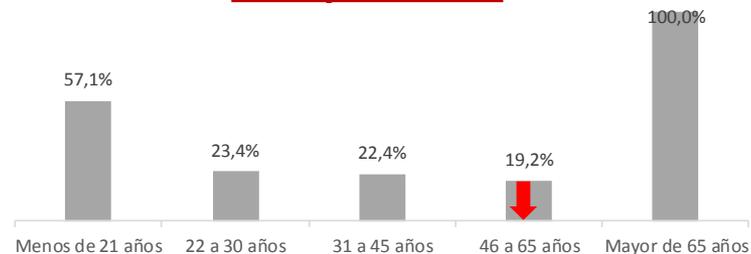


NPS GLOBAL: 24,5%

NPS por género



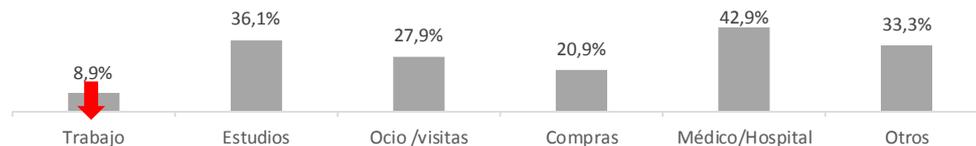
NPS por edad



NPS por frecuencia de uso



NPS por Motivos del viaje

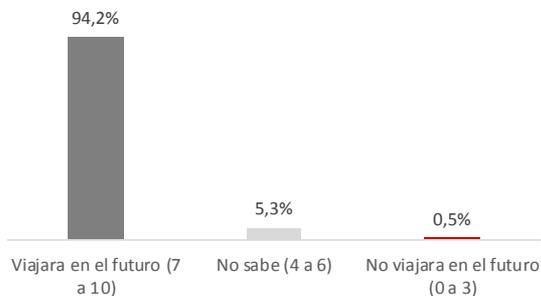


*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios que menos recomiendan el servicio.

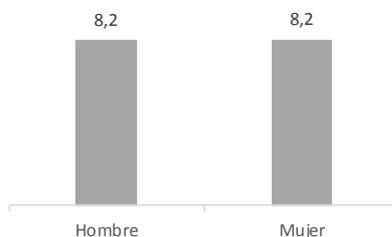
Satisfacción y recomendación de la empresa

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

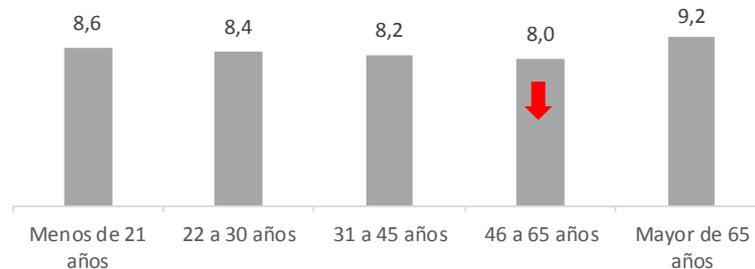
% Lealtad



Promedio Lealtad por género

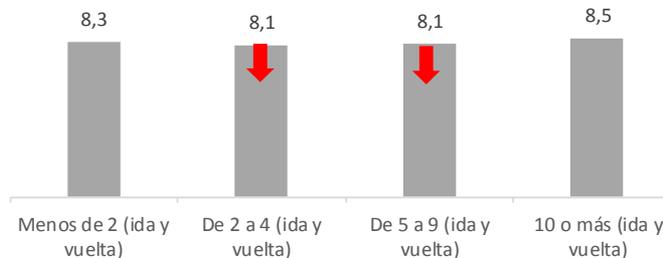


Promedio Lealtad por edad

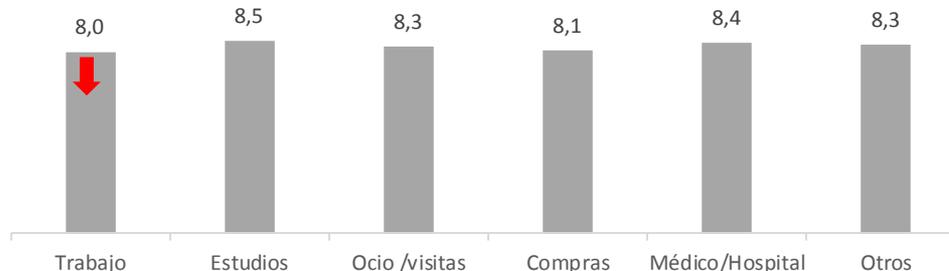


Puntuación de lealtad= 8,2

Promedio Lealtad por frecuencia de uso



Promedio Lealtad por Motivos del viaje



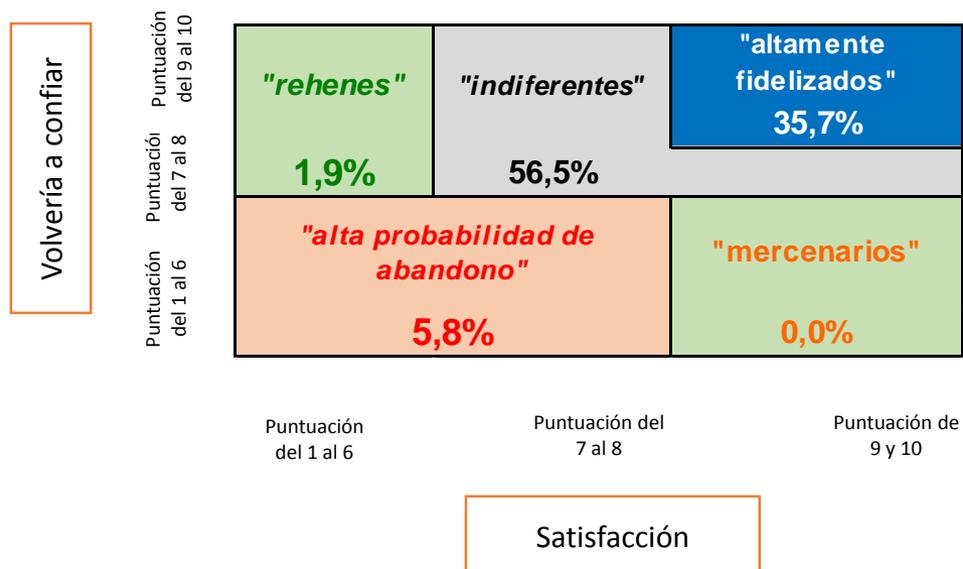
*Por segmento se destaca con una flecha roja los usuarios menos leales al servicio.

Satisfacción y recomendación de la empresa

Matriz de lealtad

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

A nivel global existe un 35,7% de usuarios altamente fidelizados y un 5,8% de usuarios con alta probabilidad de abandono.

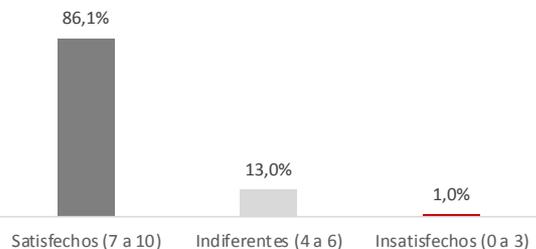


- **"Altamente fidelizados"**: aquellos muy satisfechos con el servicio prestado por la empresa, y que expresan muy alta intención de continuar con el servicio prestado por la empresa.
- **"Rehenes"**: aquellos que a pesar de mostrar una baja satisfacción con el servicio prestado, muestran una alta intención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

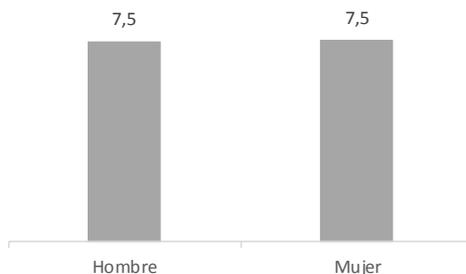
Satisfacción y recomendación de la empresa

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

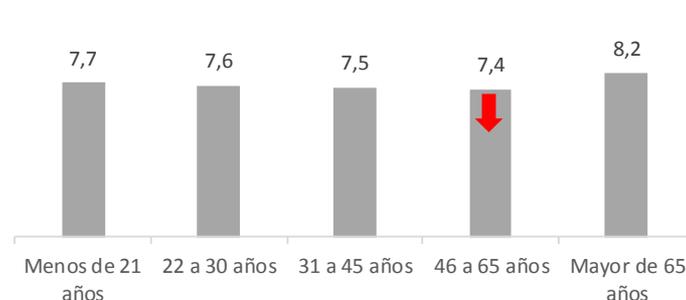
% Satisfacción calidad/precio



Calidad/precio por género

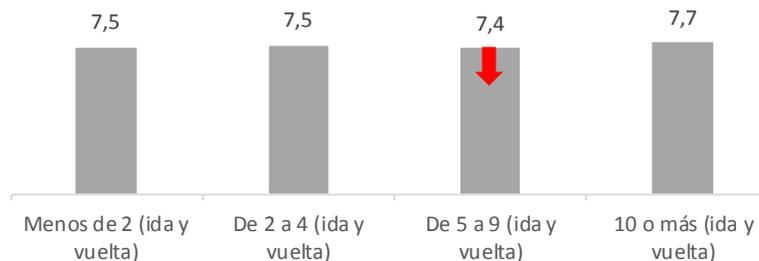


Calidad/precio por edad

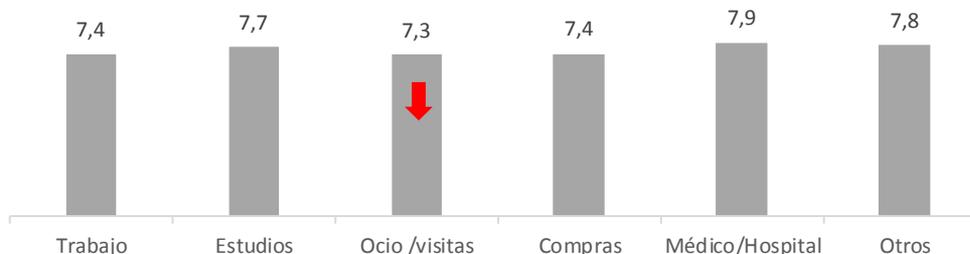


**Satisfacción
calidad/precio= 7,5**

Calidad/precio por frecuencia de uso



Calidad/precio por Motivos del viaje



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

Satisfacción y recomendación de la empresa

Valoración global con el servicio de la empresa

Satisfacción global

En primer lugar, de los análisis realizados se desprende que a nivel global existe una excelente satisfacción global o imagen global que el usuario tiene de la empresa. Existe un 94,7% de usuarios que puntúan esta pregunta directa de satisfacción con puntuaciones superiores a 6. Tan solo un 1% de los usuarios puntúan de forma negativa.

Recomendación

A nivel de recomendación del servicio se obtienen un resultado de NPS de 24,5%, con un porcentaje de promotores del 33,2% y tan solo un 8,7% de detractores. Resultados muy positivos en el sector transporte.

Lealtad

La lealtad, valorada como la intención del usuario de seguir utilizando el servicio es puntuada a nivel medio con un 8,2. Se comprueba que el 94,2% de los usuarios tienen la intención de seguir utilizando este servicio, frente al 0,5% que considera que no lo usará.

Relación calidad / precio

Ante la pregunta al usuario de la satisfacción calidad precio del servicio, a nivel global existe una satisfacción de 7,5 y el 86,1% de los usuarios puntúan esta relación positivamente.

Valoración global con el servicio de la empresa por segmentos

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

- **Segmento de género:** Las diferencias de género son mínimas destacando los hombres con valoraciones más positivas en satisfacción y recomendación.
- **Segmento de edad: Los mayores de 65 años** valoran más positivamente a nivel global el servicio de la empresa, recomiendan más el servicio, son más leales al mismo y están más satisfechos con la relación calidad/precio.
- **Segmento de frecuencia de uso:** los usuarios más esporádicos son los que valoran más positivamente a nivel global el servicio de la empresa y recomiendan los servicios, sin embargo, los más leales son aquellos que usan el servicio con más frecuencia.
- **Segmento de motivo del viaje:** Los usuarios que utilizan el transporte para ir al médico o al hospital son los que valoran más positivamente a nivel global el servicio de la empresa, recomiendan más el servicio y están más satisfechos con la relación calidad/precio. Sin embargo, los usuarios más leales son los estudiantes.

Mejoras al servicio

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

	COMENTARIO	CATEGORÍA	
C LUGONES / FACULTADES	<ul style="list-style-type: none"> Tener más en cuenta a la gente que lleva carritos de niños, a veces se hace complicado el viajar con ellos Cuando hay alguna incidencia en la carretera deberían avisar de rutas alternativas Mayor información en caso de incidencias Debería haber servicios directos de las facultades al tren (Feve/Renfe) en las horas puntas de entrada y salida Viajes a Intu Asturias más directos. Mejorar los itinerarios en las zonas rurales Hay algunos viajes un poco largos, desde las facultades de El Cristo, en hora punta debería haber directos Destacar información en las paradas, tanto céntrica como de las aceras, información de tiempo constante Poner pantallas indicadoras de lo que falta para que el autobús pase en la parada del HUCA Información de la ruta en los autobuses, en el interior Hay muchos charcos en las marquesinas Poner luz para leer los mapas e información de las marquesinas El precio del billete es muy elevado. Y que el abono caduque cada mes está muy mal Los precios deberían ser más asequibles, y haber más descuento en los abonos Los autobuses más caros de toda España. El añadir la CTA a estos autobuses fue lo peor que hicieron. La información de las marquesinas no se entiende 	<p>Accesibilidad</p> <p>Avisos incidencias</p> <p>Avisos incidencias</p> <p>Diseño línea</p> <p>Diseño línea</p> <p>Diseño línea</p> <p>Diseño línea</p> <p>Información</p> <p>Información</p> <p>Información</p> <p>Marquesina</p> <p>Marquesina</p> <p>Precio</p> <p>Precio</p> <p>Precio e Información</p>	
	D – FACULTADES / PARQUE PRINCIPADO	<ul style="list-style-type: none"> Mejorar las conexiones con la parada de tren de La Corredoria Autobuses más directos desde El Cristo al HUCA, para ayudar a los estudiantes Más sitios donde recargar la tarjeta de viajes en La Corredoria. Eliminar paradas cercanas con poca afluencia de clientes. Reforzar autobuses masificados en hora punta, como el D1 a primera hora de la mañana El trazado de las líneas se podría mejorar y reforzar en zonas céntricas. En días festivos, debería haber otros autobuses con buena comunicación para fomentar la vida social de la ciudad Más frecuencia línea D. Recarga de abonos en más sitios, por ejemplo, en La Corredoria. Y autobuses directos sin pasar por el HUCA , para mejorar la comunicación con La Corredoria Añadir mapa de recorrido en los autobuses Mapas en las marquesinas más grandes para facilitar ver bien las rutas Marquesinas con techo en todas las paradas Los conductores en esta zona de La Corredoria van muy rápido en las rotondas y se marea muy fácilmente 	<p>Conexiones</p> <p>Diseño</p> <p>Facilidad recarga</p> <p>Frecuencia y diseño</p> <p>Frecuencia, diseño</p> <p>Frecuencia, diseño y facilidad recarga</p> <p>Información</p> <p>Información</p> <p>Marquesina</p> <p>Suavidad conducción</p>

Mejoras al servicio

E - LA MONXINA / LAS CAMPAS	<p>COMENTARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Los viajes son muy largos (4 comentarios) La frecuencia debería ser mayor. (2 comentarios) Más líneas para la zona de La Florida y más frecuencia. En el autobús no hay mucha información de paradas, por lo que muchas veces tenemos que molestar al conductor Las personas mayores no entendemos bien la información de la parada 	<p>CATEGORÍA</p> <p>Duración Frecuencia Frecuencia e Información Información</p>
F - HUCA / NARANCO / CAMPILLIN	<p>COMENTARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Líneas más directas de Uria a El Cristo La parada del Espíritu Santo está llena de barro y no se puede acceder bien al autobús. Por las mañanas, el primero H1 hay veces que tiene un retraso de 5-10 minutos y si se pierde hay que esperar media hora al siguiente y complica la puntualidad Tener más información acerca del transbordo Cuando llueve los autobuses resbalan mucho Las paradas son muy frías en invierno El precio del billete podría ser más económico 	<p>CATEGORÍA</p> <p>Diseño líneas Frecuencia y Marquesina Información Limpieza Marquesinas Precio</p>
G - PUERTO / MONTE CERRAO	<p>COMENTARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> En algunas paradas hay tantos coches ocupando la parada del autobús que no es nada fácil acceder a él Sería mejor si pasara más a menudo, cada media hora por lo menos Esta línea G, necesita más frecuencia La parada de Piñeda tiene la marquesina fuera de lugar, te tienes que poner en la carretera para que el autobús te vea 	<p>CATEGORÍA</p> <p>Accesibilidad Frecuencia Frecuencia Marquesinas</p>
J - OTERO / SAN CLAUDIO	<p>COMENTARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Los asientos que van en marcha contraria son incómodos y la gente se marea fácilmente Muy bien todo pero a veces se me olvida picar la parada y me tengo que bajar en la siguiente No viajo mucho, pero siempre que voy con TUA, todo muy bien El trato del conductor es muy relativo porque hay conductores muy amables y otros no tanto 	<p>CATEGORÍA</p> <p>Comodidad bus Información bus - Amabilidad</p>
L - SAN ANDRÉS / TUDELA VEGUÍN	<p>COMENTARIO</p> <ul style="list-style-type: none"> Marquesinas con techo en todas las paradas de las afueras y en ambos sentidos. Realizar un trazado de líneas mejores. Unas líneas para el centro y otras para las afueras Valoraría mucho que la información estuviera en asturiano. Y el acceso a animales de compañía de cualquier tamaño. 	<p>CATEGORÍA</p> <p>Marquesina Diseño líneas Idioma y mascotas</p>

Mejoras al servicio

H – PARQUE PRINCIPADO / CATEDRÁTICO SERRANO

COMENTARIO

- Hay conductores que no les falta algo de educación
- Bus directo a Intu Asturias desde el centro
- Una línea debería pasar por dentro del Polígono Espíritu Santo
- Viaje a Colloto muy largo
- Tardo demasiado en llegar a casa
- En festivos no utilizo el autobús por la poca frecuencia
- Mapa de ruta dentro de los autobuses para saber cuantas paradas quedan hasta la que quieres
- Marquesinas muy frías y corre mucho el aire en invierno
- Más marquesinas con techo en Colloto
- En las marquesinas no se debería permitir fumar, ya que cuando llueve te molesta mucho
- Parada de Intu Asturias muy fría. Precios más reducidos para trabajadores de Intu Asturias
- El precio del billete podría ser algo menor
- Mejorar los precios
- Viaja con tarjeta CTA de 10 viajes, al subir al autobús y pasar la tarjeta por el lector, se le descontaron dos viajes. Tomo nota de la matrícula del autobús para realizar la reclamación.

CATEGORÍA

Amabilidad conductor
 Diseño líneas
 Diseño líneas
 Duración viaje
 Duración viaje
 Frecuencia
 Información bus
 Marquesinas
 Marquesinas
 Marquesinas
 Marquesinas. Precio
 Precio
 Precio
 Validación bono

Anexo. Nuestros clientes



Ayuntamiento
de Málaga



AYTO DE MOLLINA



Los MADROÑOS
HOSPITAL



YVES ROCHER

BARTOLOME & BRIONES



RES+ALIA®



CALETA HOMES





QUOD SOLUTIO

MADRID

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

MÁLAGA

C/ Plaza de Toros Vieja 24
29002 Málaga

info@quod.es

+34 91 184 59 77

www.quodsolutio.es