



Mancomunidad
Comarca de Pamplona
Iruñerriko
Mankomunitatea

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN 2015

PERSONAS USUARIAS DEL TRANSPORTE URBANO COMARCAL

Síntesis de resultados
Marzo 2016



Mancomunidad
Comarca de Pamplona
Iruñerriko
Mankomunitatea

Servicios de la
Comarca de Pamplona s.a.
Iruñerriko
Zerbitzuak e.a.

Gral. Chinchilla nº 7
31002
PAMPLONA-IRUÑA
mcp@mcp.es

Tel: 948 423 100
Fax: 948 423 230
C.I.F.: A 31 11844 1
www.mcp.es

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN

PERSONAS USUARIAS DEL TRANSPORTE URBANO COMARCAL 2015

SÍNTESIS DE RESULTADOS
Departamento de Relaciones Externas
Marzo 2016

ÍNDICE

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO	2
Objetivos	2
Metodología	2
Tratamiento y análisis de los datos	5
SÍNTESIS DE RESULTADOS	7
1. CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL TUC	9
2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO	18
3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	22
4. RESULTADOS POR LÍNEAS	30
5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO	32

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

OBJETIVOS

Este estudio se plantea con los siguientes objetivos de investigación:

1. Determinar el perfil de las personas usuarias del Transporte Urbano Comarcal atendiendo a sus hábitos de uso del servicio y a sus características sociodemográficas.
2. Medir el grado de satisfacción global con el servicio.
3. Medir la calidad percibida en los principales atributos que conforman la calidad del servicio. Los atributos de calidad se han estructurado según los factores que especifica la **Norma Europea EN 13816** sobre calidad en el transporte público de viajeros:
 - SERVICIO OFERTADO
 - ACCESIBILIDAD
 - INFORMACIÓN
 - DURACIÓN DEL VIAJE
 - ATENCIÓN AL CLIENTE
 - CONFORT
 - SEGURIDAD
 - MEDIO AMBIENTE
4. Seguir la evolución de estos resultados a lo largo del tiempo.

METODOLOGÍA

El método de recogida de información se basa en la realización de una encuesta a una muestra representativa de las personas usuarias del servicio.

Durante todo el período horario de operatividad de las líneas en días laborables, un equipo de encuestadores solicitan un número de teléfono de contacto a una muestra representativa de usuarios y usuarias del TUC. En el mismo día o al día siguiente a la recogida del teléfono de contacto, desde gabinete y con tecnología CATI, se realizan las entrevistas telefónicas.

Este estudio se realiza con periodicidad anual desde el año 2000. Todas las mediciones se han realizado a lo largo del mes de Noviembre, excepto en 2009 que se realizó en Octubre debido a que el día 31 de ese mes finalizaba la concesión con la antigua operadora, tomando el relevo la nueva concesión el 1 de Noviembre.

FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

El **método de recogida de información** ha sido la encuesta telefónica mediante cuestionario semiestructurado. Previamente, un equipo de campo configuró en la red del TUC, en horario diurno de lunes a viernes, un registro de las personas usuarias del TUC a las que entrevistar.

Universo: personas usuarias de la red diurna en días laborables (de lunes a viernes) mayores de 16 años.

Fecha de realización de las entrevistas: tres primeras semanas de Noviembre de 2015.

Tamaño de la muestra: 2.312 entrevistas telefónicas. El **margen de error** para el conjunto de la red es de $\pm 2\%$ para un Nivel de Confianza del 95,5% (2 sigmas) y $P=Q$.

Tipo de muestreo: Se ha utilizado un muestreo estratificado polietápico. **En una primera etapa se han distribuido el total de entrevistas a realizar entre las 23 líneas.** Con el fin de que todas las líneas queden mínimamente representadas se ha realizado un sobremuestreo en las líneas más pequeñas asignando más entrevistas que las que les corresponde por número de viajes, hasta un mínimo de 40 entrevistas por línea. Tras esta primera asignación, el resto de entrevistas se distribuyen proporcionalmente entre las líneas según número de viajes. Para los resultados globales de la red se aplican los correspondientes coeficientes de ponderación con los que, a efectos de agregación de resultados, se igualan las fracciones de muestreo con la proporción de viajes que corresponde a cada una de las líneas que integran la red diurna. Para el cálculo de los coeficientes de ponderación se toman los datos acumulados de aforos por líneas desde Enero hasta Noviembre de 2015.

En una segunda etapa se han distribuido las encuestas en cada línea. En la línea el número de entrevistas es proporcional al flujo de viajeros subidos en cada parada o grupo de paradas próximas y por franjas horarias (las franjas horarias agrupan dos horas). Las cuotas de cada línea según el flujo de viajeros subidos por paradas y en cada franja horaria se calculan a partir de los datos de las canceladoras por línea, paradas y hora a hora, de un día tipo de Octubre.

Para la **selección final de las personas a entrevistar se ha utilizado un procedimiento aleatorio aplicado en varias etapas.** Primero, se solicita el teléfono de contacto al tercero y sexto viajero subido en la parada. Se registra en la PDA, junto con el teléfono, la línea, parada de subida y hora del viaje, el sexo, la edad de los viajeros y la forma de pago del viaje, estos datos se someten a contrastes estadísticos para observar el seguimiento de la aleatoriedad en cada encuestador. Se realizan un total de 7.200 encuestas de contacto, un mínimo de dos contactos por entrevista telefónica a realizar, con el fin de sustituir los contactos fallidos y rechazos.

En el mismo día se transfieren los datos de las encuestas de contacto a gabinete y un equipo de encuestadores realizan las entrevistas telefónicas apoyadas con tecnología CATI.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR LÍNEAS

	Viajes red diurna	% por líneas	Entrevistas proporcionales	Entrevistas realizadas	Factores de ponderación
L1.-Universidades	330.021	1,1%	25	53	0,4715
L2.- c/ Cortes de Navarra - Etxabakoitz	1.043.454	3,4%	79	82	0,9636
L3.- Circular Oeste: Centro - Ansoain	1.262.346	4,1%	96	97	0,9855
L4.- Barañáin - Villava	6.849.847	22,4%	519	361	1,4369
L5.- Orvina 3 - Universidad de Navarra	1.007.291	3,3%	76	77	0,9906
L6.- Rochapea - U.P.N.A.	828.416	2,7%	63	79	0,7941
L7.- Villava - Chantrea - Barañáin	2.919.655	9,6%	221	182	1,2148
L8.- Plaza Blanca de Navarra - Buztintxuri	1.059.126	3,5%	80	89	0,9011
L9.- RENFE - U.P.N.A.	1.455.772	4,8%	110	115	0,9586
L10.- Beloso Alto - Orkoien	518.158	1,7%	39	64	0,6131
L11.- Ezcaba - Edificio El Sario	1.626.169	5,3%	123	106	1,1617
L12.- Ermitagaña - Mendillorri	2.143.086	7,0%	162	141	1,1510
L14.- Ayuntamiento - Rochapea	135.247	0,4%	10	48	0,2134
L15.- Paseo de Sarasate - Zizur Mayor	429.973	1,4%	33	61	0,5338
L16.- Aizoáin - Noáin - Beriáin	2.351.943	7,7%	178	149	1,1953
L17.- Mutilva - Artiberri	919.858	3,0%	70	83	0,8392
L18.-Urbanización Zizur - Sarriguren	2.543.434	8,3%	193	149	1,2926
L19.- Erripagaña - Barañáin	1.240.054	4,1%	94	103	0,9117
L20.- Plaza Príncipe de Viana - Gorráiz	477.843	1,6%	36	63	0,5744
L21.- Circular Este: Centro - Ansoain	987.285	3,2%	75	83	0,9007
L22.- Yanguas y Miranda - Berriosuso	96.068	0,3%	7	38	0,1914
L23.- Plaza Príncipe de Viana - Olloki	131.909	0,4%	10	46	0,2171
L25. Pza. Merindades - Entremuilvas	174.626	0,6%	13	43	0,3075
Acumulado Enero - Noviembre	30.531.581	100,0%	2.312	2.312	1,0000

CAMBIO DE MÉTODO EN 2007

Este estudio se realiza con periodicidad anual desde el año 2000. En 2007, a partir del Estudio Base de Mercado sobre el servicio del TUC, se introdujeron algunas modificaciones en el método de realización de las encuestas anuales.

1. Se cambió el método en la aplicación de la encuesta, realizando las entrevistas por teléfono en lugar de realizarlas durante el viaje en autobús. En las mediciones de 2000 a 2006 se aplicó la encuesta en el momento de utilizar el servicio, respetando en cada línea una afijación proporcional de entrevistas según el flujo de viajes por paradas y franjas horarias. A partir de 2007, durante el viaje un equipo de encuestadores, dotados con PDAs, piden el número de teléfono a los usuarios y usuarias del servicio de acuerdo con unos criterios de selección aleatoria de viajeros y manteniendo la proporción de registros que corresponde en cada línea por grupos de paradas y franjas horarias. En el día siguiente se les llama por teléfono para realizar la entrevista.

2. Asimismo, se revisaron las variables de calidad del servicio que se venían midiendo desde 1999. En esta revisión, se han mantenido la mayor parte de las variables de calidad del servicio y se han incorporado nuevos aspectos como la Conexión con otras líneas, Puntos de recarga de tarjetas, Información sobre horarios y frecuencias, Duración del viaje, Seguridad en los autobuses y Contaminación atmosférica de los autobuses. Asimismo, se han reagrupado estas variables en los factores de calidad de acuerdo con la Norma UNE EN 13816 sobre calidad en el Transporte de Viajeros.

Las variables que conforman la calidad del servicio fueron definidas por los usuarios y usuarias del TUC en grupos de discusión realizados en estudios cualitativos en 1999 y 2007.

TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

Todos los datos obtenidos, satisfacción global, niveles de importancia, niveles de satisfacción con los distintos atributos que conforman la calidad del servicio y la valoración sobre otros aspectos generales han sido desagregados sistemáticamente por variables relativas a las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de las personas usuarias.

CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE:

- Línea en la que realiza el viaje.
- Línea utilizada con mayor frecuencia en los últimos 3 meses.
- Tiempo a la parada de origen.
- Tiempo de trayecto en autobús.
- Tiempo que suele calcular desde el origen hasta el destino final.
- Hora del viaje.
- Ha necesitado transbordo.
- Frecuencia de la línea.

HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO:

- Frecuencia semanal de uso del servicio.
- Intensidad de uso en un día normal.
- Motivo del viaje.
- Modo de pago del viaje.
- Razones por las que ha elegido el Transporte Urbano en lugar de otro modo de transporte.
- Podía realizar el viaje en otro modo (en coche o moto, como conductor o acompañante).
- Desde cuando utiliza el Transporte Urbano.

VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL TUC:

- Sexo.
- Edad.
- Formación.
- Situación Laboral.
- Lugar de Residencia.
- Ha vivido siempre en Pamplona o Comarca.
- Tiempo que lleva viviendo en Pamplona o Comarca (si no ha vivido siempre aquí)
- Lugar de origen (si no ha vivido siempre aquí).

El planteamiento del estudio, el diseño muestral, la definición de los atributos de calidad y selección de variables de desagregación, el cuestionario y la explotación y análisis de los resultados se han realizado con medios propios en la Mancomunidad. El trabajo de campo, consistente en la recogida de teléfonos de contacto, la realización de las entrevistas telefónicas y la grabación de los datos en soporte informático, se ha contratado con la empresa ADIMEN.

La explotación de los datos se ha realizado con el paquete estadístico SPSS V.20 y Modeler para los análisis multivariados.

SÍNTESIS DE RESULTADOS

En esta síntesis se presentan los resultados del estudio en **CINCO APARTADOS**:

1. En el primero, se muestra **el perfil de las personas usuarias del Transporte Urbano Comarcal** y la evolución en estos últimos años.
2. En el segundo, se presentan los resultados de su **Satisfacción Global con el servicio** así como los segmentos que muestran mayor y menor satisfacción global.
3. En el tercero, se hace un **análisis estratégico de la calidad del servicio desde la óptica de las personas usuarias**. Se tienen en cuenta, por una parte, el grado de satisfacción con 24 atributos de calidad del servicio y, por otra, la importancia que las personas usuarias del TUC otorgan a cada uno de estos atributos en la calidad del servicio.

A partir de los valores de satisfacción y de la importancia atribuida, se calcula el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC) y se establecen las áreas de actuación para la mejora del servicio del TUC.

4. En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de la **calidad percibida en cada una de las líneas que integran la red diurna**.
5. Por último, en el quinto apartado, se recoge la opinión que tienen los usuarios y usuarias del TUC sobre algunos aspectos clave en la valoración general del servicio: la **evolución que ha experimentado el servicio del TUC** este último año, su opinión sobre **si la actual oferta del TUC cubre sus necesidades Transporte Público**, si la línea que utiliza habitualmente **se ha visto afectada por obras en la ciudad** y la valoración del **precio del servicio**.

Desde 2011 se dedica un apartado para analizar **el acceso a la información del servicio de Transporte Urbano con el uso de nuevas tecnologías**. Se indaga sobre los paneles de información en las paradas (SAEI), sobre el nivel de uso de teléfonos inteligentes con acceso a Internet para consultar la información sobre el servicio, si consultan la red y horarios en Google Transit, en la Web del TUC y en la aplicación Tu Villavesa.

En 2015 se ha abierto un nuevo apartado para analizar el **conocimiento, uso y valoración del nuevo sistema tarifario** con la implantación de los abonos 30 días y la tarifa F para perceptores de Renta de Inclusión Social (RIS).

1. CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL T.U.C.

En este apartado se muestran las principales rasgos de las personas usuarias del Transporte Urbano Comarcal atendiendo a las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y sus características sociodemográficas.

1.1. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

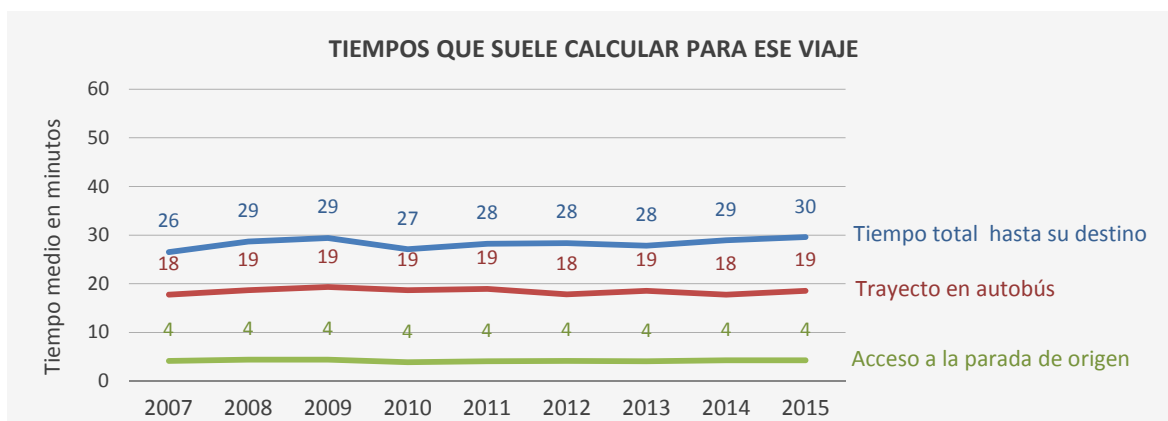
Según las respuestas de los propios usuarios y usuarias del servicio:

- El **tiempo medio de acceso** a la parada de origen del viaje es de 4 minutos.
- El **tiempo medio de trayecto** en autobús es de 19 minutos.
- El **tiempo total que suelen calcular para ese viaje** (viaje sobre el que se realiza la entrevista) desde el lugar de origen hasta el destino final es de 30 minutos.

El 83% de las personas usuarias del TUC emplean menos de cinco minutos en acceder a su parada de origen, el 54% emplean entre 0 y 3 minutos. El 17% emplean más de 5 minutos. Respecto al año pasado estos porcentajes apenas han variado, aunque respecto a 2010 se observa una disminución progresiva de quienes tardan 3 minutos o menos, del 59% (2010) al 54% (2015), y un incremento de las que tardan entre 6 y 10 minutos, del 9% (2010) al 14% (2015).

Para el 74% de las personas entrevistadas el tiempo de trayecto en autobús ha durado menos de 20 minutos, para el 18% entre 20 y 30 minutos y para el 8% más de 30 minutos. El tiempo medio de trayecto en autobús se mantiene en 18 o 19 minutos a lo largo de la serie histórica.

El tiempo total que suelen calcular desde el origen de su viaje a su destino final, teniendo en cuenta el tiempo de acceso a la parada de origen y el tiempo de dispersión de la parada de destino, es inferior a 30 minutos para el 71% de las personas usuarias del servicio, para el 13% es de 31 a 40 minutos y el 16% suelen calcular un tiempo total superior a 40 minutos.



1.2. HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO

Si tenemos en cuenta la **FRECUENCIA DE USO SEMANAL**:

- El 81% de las personas usuarias del servicio cogen el TUC todos o casi todos los días laborables
- El 17% uno o dos días a la semana o varias veces al mes
- El 2% de forma esporádica.

Según la **INTENSIDAD DE USO** en un día normal:

- El 63% cogen el TUC una o dos veces al día
- El 30% tres, cuatro veces o más
- El 7% no suelen coger el TUC.

El **MOTIVO DEL VIAJE** (ya sea de origen o destino) es:

- Trabajo en el 40% de los viajeros
- Compras, ocio, gestiones, visitas... en el 46%
- Estudios en el 14%.

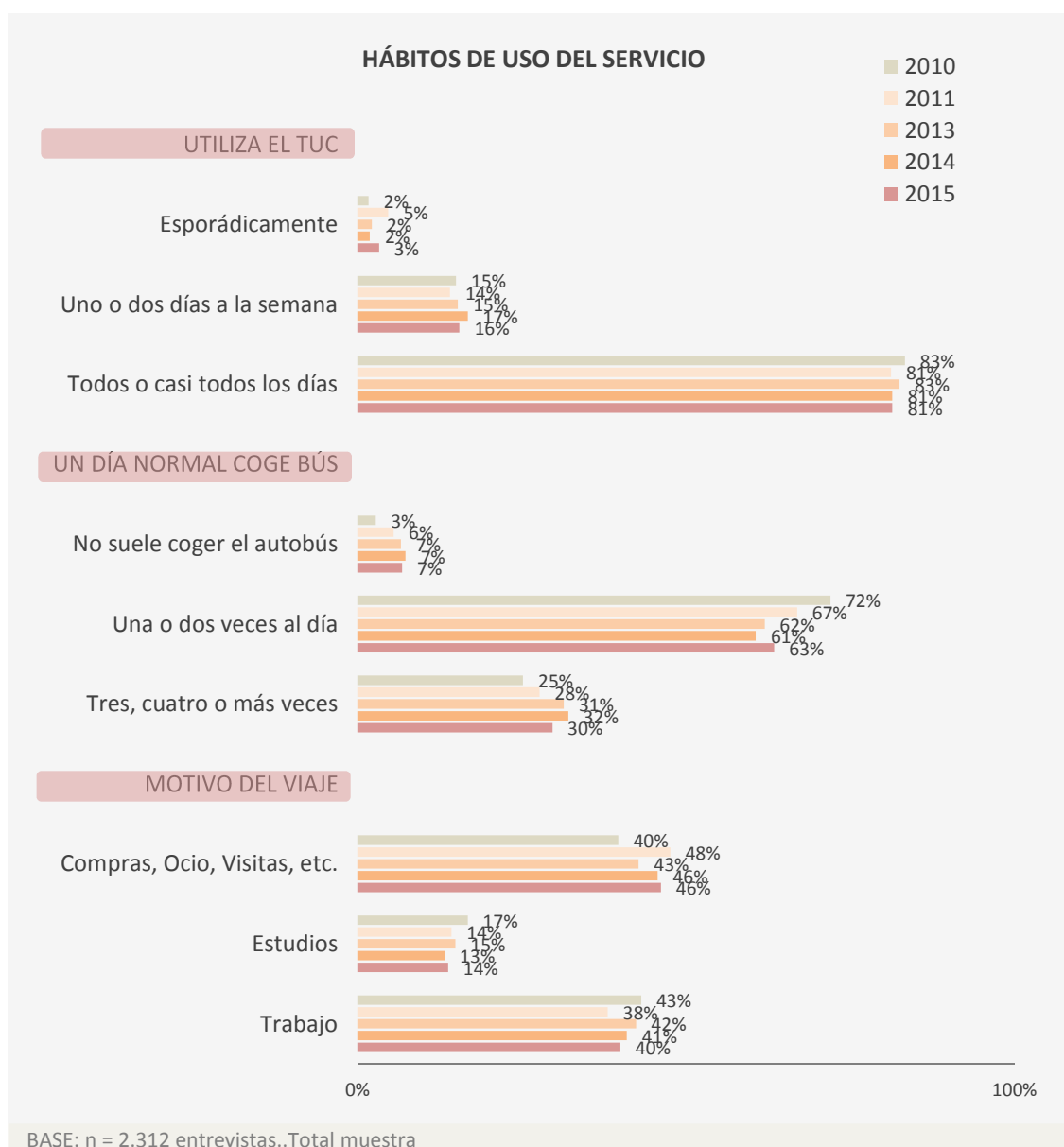
En la **EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE USO** cabe destacar:

Apenas se observan diferencias en los hábitos de uso del servicio en las tres últimas mediciones.

Si seguimos la serie histórica desde 2010, en la **frecuencia de uso semanal** se mantiene el porcentaje de personas usuarias que cogen la villavesa todos o casi todos los días, entre el 81% y el 83%. Las que cogen uno o dos días se mantienen en torno al 16% y cogen de forma esporádica el 3%.

En cuanto a la **intensidad de uso en un día normal**, no se observan diferencias significativas en las tres últimas mediciones. Sin embargo, respecto a 2010 disminuye el peso de quienes cogen el TUC una o dos veces al día, del 72% (2010) al 63% (2015), y aumenta el peso de quienes cogen tres o más veces al día, del 25% al 30%. Aumentan también las que no suelen coger el TUC en un día normal, del 2% (2010) al 7% (2015).

En los **motivos de viaje**, respecto a 2010 **ganan peso los motivos de viaje no obligados (compras, ocio, visitas, gestiones)**, del 40% (2010) al 46% (2015), en detrimento del motivo de viaje estudios que desciende del 17% (2010) al 14% (2015) y del motivo de viaje trabajo que pasa del 43% (2010) al 40% (2015).

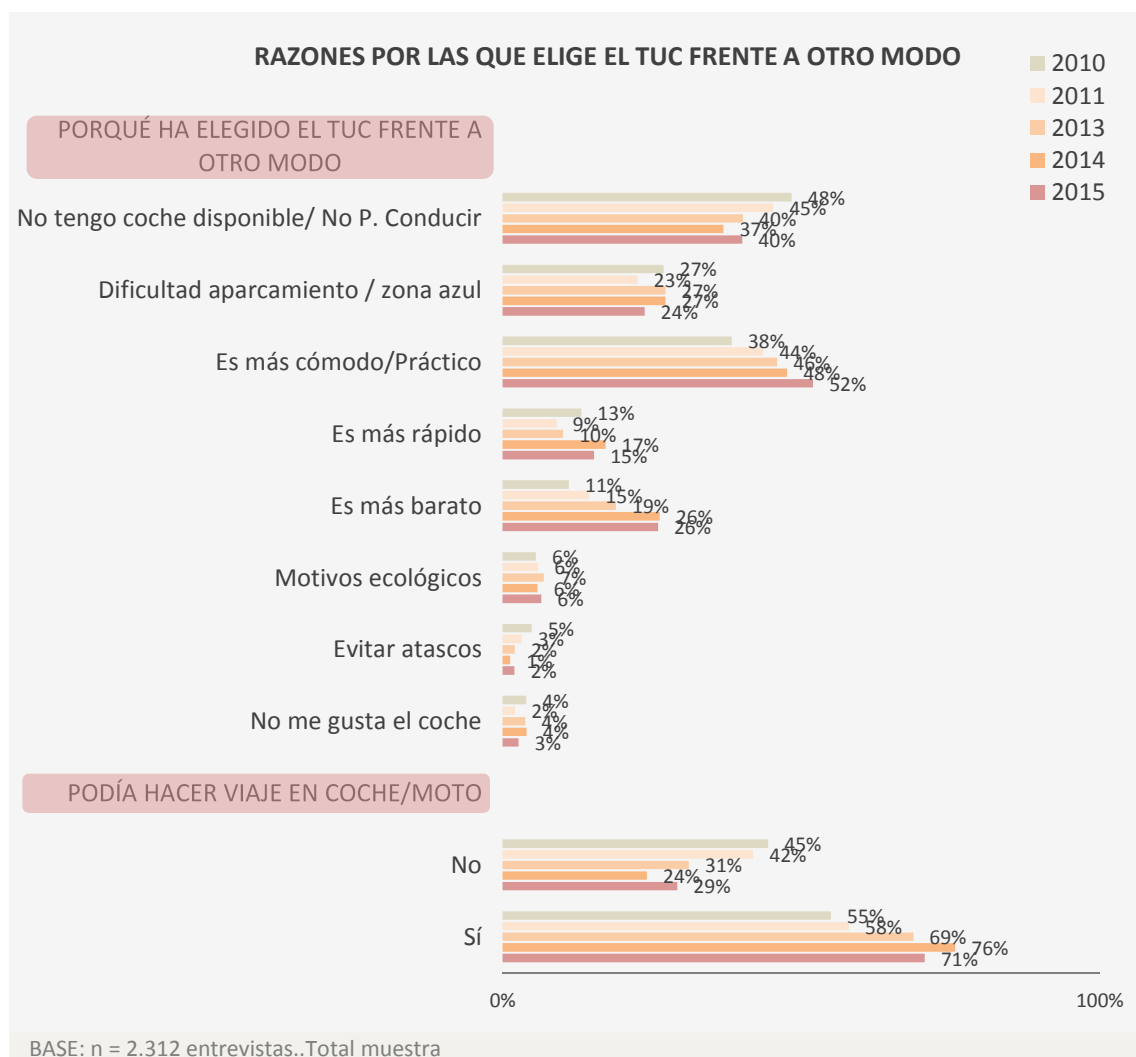


Preguntados por las **RAZONES POR LAS QUE HA ELEGIDO EL TUC** en lugar de otro modo de transporte, recogidas en una pregunta abierta (no se sugiere ningún motivo y pueden señalar varios), mencionan principalmente: No tener coche disponible o permiso de conducir (40%); Dificultades de aparcamiento/zona azul (24%); la Comodidad o es práctico (52%); Economía (26%); Rapidez (15%) y Ecología (6%).

En la **EVOLUCIÓN DE LAS RAZONES POR LAS QUE SE HA ELEGIDO EL TRANSPORTE URBANO** se observan las siguientes pautas:

Respecto al año pasado, **desciende el porcentaje de quienes han elegido el TUC por las dificultades de aparcamiento**, el incremento observado de 2012 a 2013 se debió a la ampliación de la zona azul en mayo de 2012. En la serie histórica, se observa un aumento del porcentaje de personas usuarias que eligen este modo de transporte por sus utilidades funcionales, porque es **más cómodo y práctico**, porque es **más rápido**, y aumentan también las que lo consideran **más barato**, del 11% (2010) al 26% (2014 y 2015). El motivo económico registra el valor más elevado en la serie histórica. Las razones ecológicas se mantienen en el 6% desde que se inició la serie.

En 2015, **respecto a la medición anterior gana peso el porcentaje de USUARIOS Y USUARIAS CAUTIVAS** (no podían realizar ese viaje en coche o moto, como conductor o acompañante) que pasa del 24% (2014) al 29% (2015), frente a quienes sí tenían alternativa de transporte para ese viaje, el 71%. En este sentido, se rompe una tendencia descendente en el porcentaje de personas usuarias cautivas, que se situaba en el 45% en 2010 y había ido bajando progresivamente hasta el 24% en 2014.



1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

En cuanto al **SEXO**:

- Mujeres el 75%
- Hombres el 25%

Según la **EDAD**:

- Tienen entre 16 y 24 años el 16% de los usuarios
- Entre 25 y 34 años (12%)
- Entre 35 y 49 años (33%)
- Entre 50 y 64 años (28%)
- Más de 65 años (12%)

Atendiendo a su **NIVEL DE ESTUDIOS**:

- Tienen formación universitaria el 32% de los usuarios
- Estudios medios (58%)
- Estudios primarios (9%)

Según su **SITUACIÓN LABORAL**:

- Ocupados, el 59% de los viajeros
- Estudiantes (13%)
- Parados (9%)
- Labores del hogar (6%)
- Jubilados o pensionistas (13%)

LUGAR DE RESIDENCIA:

- Residen en Pamplona (56,5%)
- Residen en la Comarca (43,5%)

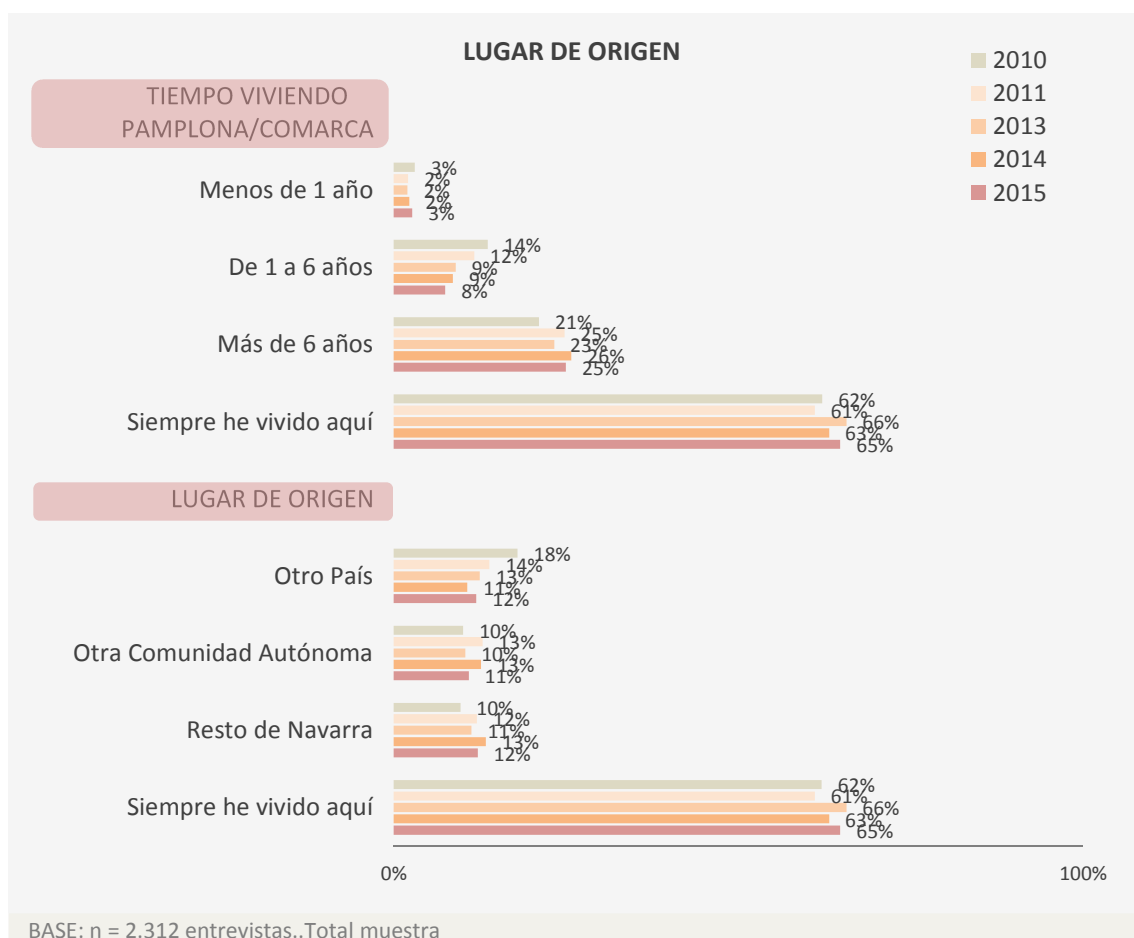
En cuanto a su **LUGAR DE ORIGEN**:

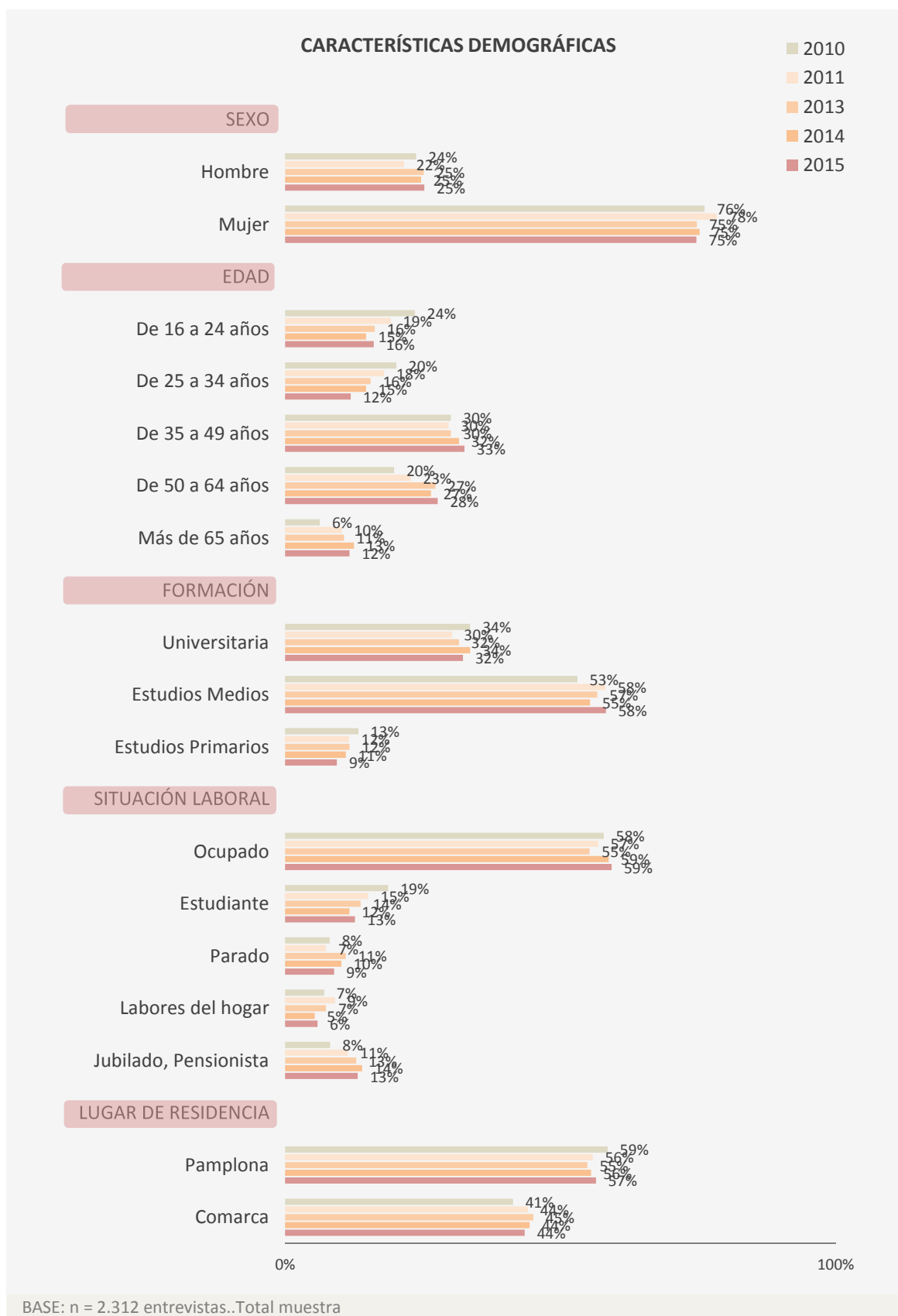
- Han vivido siempre en Pamplona o Comarca (65%)
- Es originario del resto de Navarra (12%)
- De otras comunidades autónomas (11%)
- Vienen de otro país (12%)
 - Iberoamérica (8,5%)
 - Europa (2,5%)
 - Otros países (1%).

En la **EVOLUCIÓN DEL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**, se mantiene el porcentaje de mujeres en el 75%. En la edad, se observan patrones en parte acordes con la evolución demográfica en el ámbito de la Mancomunidad, disminuyen las personas usuarias menores de 35 años, que han pasado del 44% en 2010 al 28% en 2015; se mantienen en una tercera parte las que tienen entre 35 y 49 años; y aumentan las mayores de 50 años, que han pasado del 26% en 2010 al 40% en 2015.

En cuanto a la distribución según su situación laboral, se mantiene el peso de las personas ocupadas en el 59%, desde 2013 disminuyen progresivamente las que están paradas del 11% (2013) al 9% (2015), disminuyen las que son estudiantes del 19% (2010) al 13% (2015) y aumentan las jubiladas del 8% (2010) al 13% (2015).

Las personas usuarias del TUC que siempre han vivido en Pamplona o Comarca suponen casi dos terceras partes, y han pasado del 62% (2010) al 65% (2015). Las personas de origen extranjero han pasado del 18% en 2010 al 12% en 2015, manteniéndose entre el 11% y 13% en las últimas mediciones.





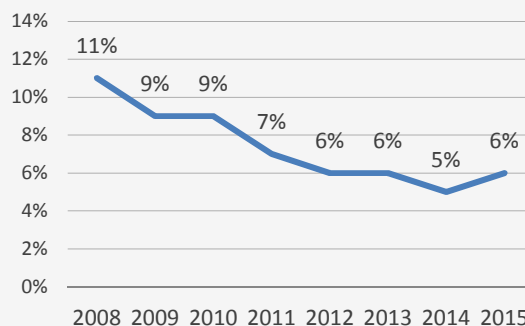
1.4. NUEVOS USUARIOS DEL T.U.C.

En Noviembre de 2015, el **6%** de las **PERSONAS USUARIAS DEL TUC SON NUEVOS USUARIOS**, llevan utilizando el servicio un año o menos tiempo.

¿DESDE CUANDO UTILIZA EL TUC PARA SUS DESPLAZAMIENTOS?

Un año o menos (NUEVO USUARIO)	6%
Entre 1 y 5 años	16%
Seis o más años	74%
Utiliza TUC muy poco o nada	3%
TOTAL PERSONAS USUARIAS TUC	100%

Cogen el TUC desde hace un año o menos (NUEVOS USUARIOS)



En el **PERFIL DE LOS NUEVOS USUARIOS DEL TUC** destaca:

ORIGEN	<ul style="list-style-type: none"> El 40% llevan viviendo en Pamplona o Comarca menos de 2 años El 65% son oriundos de fuera de Pamplona o Comarca: de otros países (26%), de otras comunidades autónomas (25%) y del resto de Navarra (14%).
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> Son más jóvenes que la media de usuarios, el 53% de los nuevos usuarios tienen menos de 35 años, frente al 28% en la red. Hay una mayor proporción de estudiantes, el 20% en los nuevos usuarios frente al 13% en la red, y de personas en situación laboral parada, 17% frente al 9% en la red.
HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Cogen el TUC con mayor frecuencia semanal, el 90% cogen el TUC todos o casi todos los días frente al 81% de media en la red. En el motivo del viaje tienen mayor peso los Estudios, 24% frente al 14% en la red. El 37% de los nuevos usuarios son cautivos, no podían realizar el viaje en otro modo, frente al 29% de media en la red.

En la **SERIE HISTÓRICA**, la proporción de nuevos usuarios en el TUC ha ido disminuyendo progresivamente, del 11% registrado en 2008 hasta el 6% registrado en las últimas mediciones. Debido principalmente al menor peso de los jóvenes de 20 a 34 años en la estructura de la población por edad, entre 2007 y 2011 la proporción de nuevos usuarios de 16 a 24 años era del 36% al 40% y ha descendido al 27% en las últimas mediciones, y al descenso de población procedente de otros países, que descendió de forma brusca de 2010 a 2011, aunque en 2015 vuelven a recuperar peso entre los nuevos usuarios las personas de origen extranjero.

1.5. CUOTA DE UTILIZACIÓN DEL T.U.C.

La cuota de utilización es el porcentaje de residentes en Pamplona o Comarca que han tomado el Transporte Urbano en los últimos tres meses. Para calcular la cuota de utilización del TUC en el conjunto de la población, se extraen los resultados de otras encuestas que realiza la Mancomunidad a lo largo del año sobre muestras representativas de la población residente en Pamplona y Comarca. En estas encuestas se incluye una batería de preguntas sobre el Transporte Urbano, en concreto, se pregunta si han utilizado el transporte urbano en los últimos tres meses y con qué frecuencia semanal. Todas las mediciones se han realizado entre Mayo y Junio.

En Junio de 2015, el **78% de la población de Pamplona y Comarca ha cogido alguna vez el autobús urbano en los últimos 3 meses**. Este porcentaje es algo superior al registrado en la última medición realizada en 2013 (76%).

Entre las personas que han utilizado el TUC en el último trimestre, el 25% lo cogen todos o casi todos los días, el 27% un par de días a la semana y el 48% de forma esporádica. Respecto a 2013, se mantiene el porcentaje de quienes lo cogen todos los días, disminuyen las que cogen casi todos los días y un par de días a la semana y aumentan las que cogen el TUC esporádicamente.



CUOTA DE UTILIZACIÓN (Encuestas anuales)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2015
En los últimos 3 meses ¿ha utilizado el TUC en sus desplazamientos?									
Sí han utilizado	79%	80%	81%	78%	75%	75%	79%	76%	78%
No han utilizado	21%	20%	20%	22%	25%	25%	21%	24%	22%
Total muestra	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE: Total muestra	803	1.600	1.800	1.800	1.805	1.800	1.800	2.044	838
¿Con que frecuencia semanal?									
Todos los días	20%	23%	16%	20%	16%	15%	15%	12%	12%
Casi todos los días	14%	16%	23%	16%	17%	15%	15%	18%	13%
Un par de días	23%	23%	30%	28%	27%	32%	33%	33%	27%
Esporádicamente	43%	38%	31%	36%	40%	39%	37%	37%	48%
Total han cogido TUC	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
BASE: han utilizado el TUC 3 meses	634	1.280	1.458	1.404	1.354	1.350	1.422	1.549	648

2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO

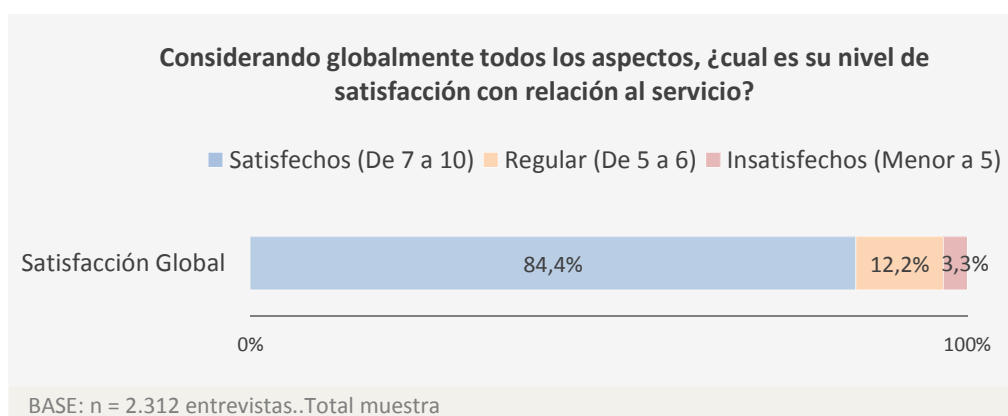
En este estudio se distingue:

1. Por un lado, la **SATISFACCIÓN GLOBAL autoexpresada** que es la valoración que las personas usuarias del TUC realizan globalmente del servicio y responde a la pregunta: Considerando globalmente todos los aspectos, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con relación al servicio?
2. Por otro lado, la **satisfacción calculada o CALIDAD PERCIBIDA** que es la valoración que las personas usuarias del TUC realizan de forma pormenorizada sobre 24 atributos de calidad del servicio. A partir de los valores de satisfacción con los 24 atributos y de la importancia que se concede a cada atributo en la calidad del servicio, se calcula el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC).

Siempre se responde en una escala de 0 a 10.

En este apartado analizamos la **SATISFACCIÓN GLOBAL** y en los capítulos posteriores entraremos en el análisis de la calidad percibida en los distintos atributos del servicio.

En Noviembre de 2015, el **grado de satisfacción global con el servicio se sitúa en 7,7 sobre 10**. El 84% de las personas usuarias del TUC han puntuado su nivel de satisfacción global con un 7 o más, el 12% con un 5 o 6 y el 3% lo han puntuado con menos de 5.



La Satisfacción Global con el servicio ha pasado de 7,6 en 2014 a 7,7 en 2015. Esta diferencia no es significativa en términos estadísticos.

Si se observa la **SERIE HISTÓRICA**, la Satisfacción Global con el servicio se mantiene entre 7,6 y 7,7 desde 2011.



Cruzando la Satisfacción Global con las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de las personas usuarias del TUC, se observan diferencias significativas según el tiempo que calculan para el viaje y algunas características demográficas.

MUESTRAN UN MAYOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL	MUESTRAN UN MEJOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han pagado con Tarjeta F (8,4), Billete sencillo (8,0), Tarjeta Familia Numerosa (7,9), Otras Tarjetas Sociales (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han pagado con Abonos 30 días general (7,5), con Abonos 30 días familias numerosas (7,6)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús inferior a 15 minutos (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús superior a 25 minutos (7,5)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo total de viaje inferior a 20 minutos (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo total de viaje superior a 40 minutos (7,4)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ La línea que utiliza habitualmente no se ha visto afectada por obras (7,8) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ La línea que utilizan habitualmente se ha visto afectada por obras (7,4) y consideran que éstas han afectado a la calidad del servicio (7,2)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevan menos de seis años viviendo en Pamplona o Comarca (8,0) y su origen es extranjero (8,5) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siempre han vivido en Pamplona/Comarca (7,6)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuevos usuarios: menos de un año usando el TUC (8,1) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Más de 16 años como usuarios del TUC (7,5)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienen menos de 34 años (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienen entre 50 y 64 años (7,4)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Con estudios primarios (7,9) o medios (7,8) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han cursado estudios universitarios (7,5)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Cautivos, no podía realizar el viaje en otro modo (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenía alternativa de transporte para ese viaje (7,6)

En este análisis bivariable no se observan diferencias estadísticamente significativas en el nivel de Satisfacción Global según los hábitos de uso del servicio: la frecuencia de uso semanal, la intensidad en un día normal, el número de viajes que calcula al mes en el Transporte Urbano, el motivo del viaje, la hora del viaje o si ha debido realizar transbordo. Tampoco las diferencias son significativas si residen en Pamplona o Comarca, el sexo o la situación laboral.

Con el fin de definir con mayor precisión los segmentos de usuarios y usuarias del TUC con un menor grado de satisfacción global con el servicio, en un segundo paso, se ha realizado un análisis de segmentación multivariable tomando conjuntamente las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas. Se ha utilizado la técnica de Árboles de Clasificación con CHAID. El resultado de este segundo análisis **arroja DOS GRUPOS CLARAMENTE DIFERENCIADOS:**

1. Las **PERSONAS USUARIAS DE ORIGEN EXTRANJERO** con un grado de **satisfacción global con el servicio muy elevado (8,5)** y suponen del 12% en la red. Este grupo muestra un grado de satisfacción global con el servicio significativamente mayor en las últimas mediciones.
2. El **RESTO DE USUARIOS Y USUARIAS DEL TUC. Siempre han vivido en Pamplona o Comarca (65%), en el resto de Navarra (12%) y en otras comunidades autónomas (11%) con un grado de satisfacción global de 7,6.**

En este segundo grupo, el grado de satisfacción global con el servicio depende del **tiempo de trayecto en autobús:**

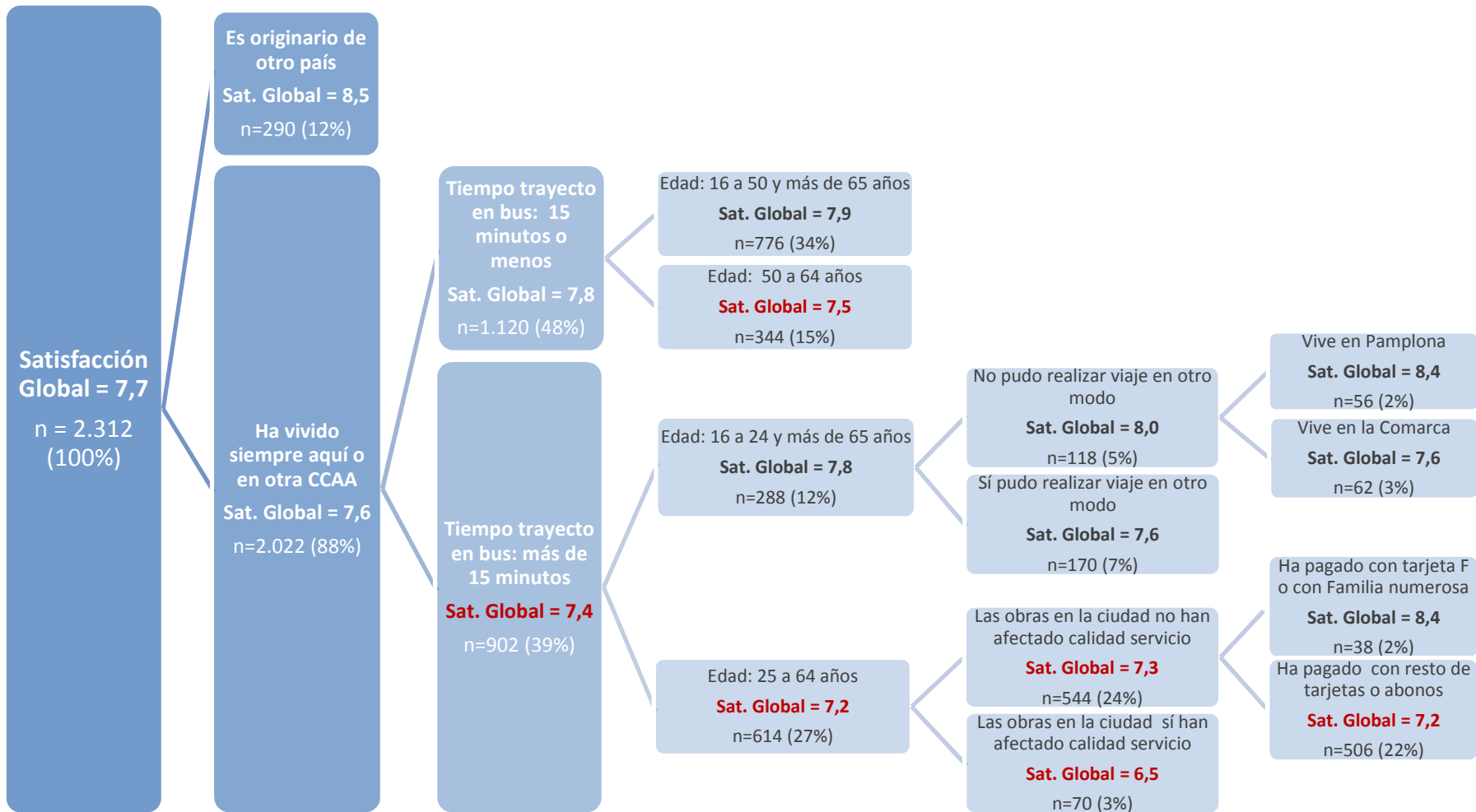
- Si emplean un **tiempo de trayecto en autobús de 15 minutos o menos puntúan su satisfacción global con 7,8.** Este grupo supone el 48% de las personas usuarias de la red.

En este grupo muestran un menor grado de satisfacción global las personas usuarias que tienen entre 50 y 64 años ya que puntúan su satisfacción global con 7,5, frente al resto de grupos de edad que puntúan su satisfacción global con 7,9.

- Si emplean un **tiempo de trayecto superior a 15 minutos puntúan su satisfacción global con 7,4.** Este grupo supone el 39% de las personas usuarias del TUC.

Se distinguen también dos grupos en función de la edad. Por un lado, quienes tienen entre 16 y 24 años y más de 65 años, con un grado de satisfacción global elevado (7,8); y por otro, las que tienen entre 25 y 64 años con un grado de satisfacción global sensiblemente inferior (7,2).

Considerando globalmente todos los aspectos, ¿Cuál es su grado de satisfacción con el servicio? (Sat. Global)



3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

En el análisis estratégico se tienen en cuenta, por una parte, el **grado de satisfacción con 24 atributos** de calidad del servicio y, por otra, **la importancia** que las personas usuarias del TUC otorgan a cada uno de estos atributos en la calidad del servicio.

A partir de los valores de satisfacción y de la importancia atribuida, se calcula el **Índice de Satisfacción del Cliente (ISC)** y se establecen las **áreas de actuación para la mejora del servicio**.

Los atributos que conforman la calidad de servicio del TUC fueron definidos por los usuarios y usuarias en grupos de discusión en estudios cualitativos realizados en 1999 y 2007. Las variables analizadas están agrupadas en factores de calidad de acuerdo con la **Norma UNE EN 13816 sobre calidad en el Transporte de Viajeros**. Los **FACTORES TESTADOS** son: Servicio Ofertado, Accesibilidad, Información, Duración del viaje, Atención al Cliente, Confort, Seguridad y Medio Ambiente.

3.1. SISTEMA DE VALOR. IMPORTANCIA ATRIBUIDA

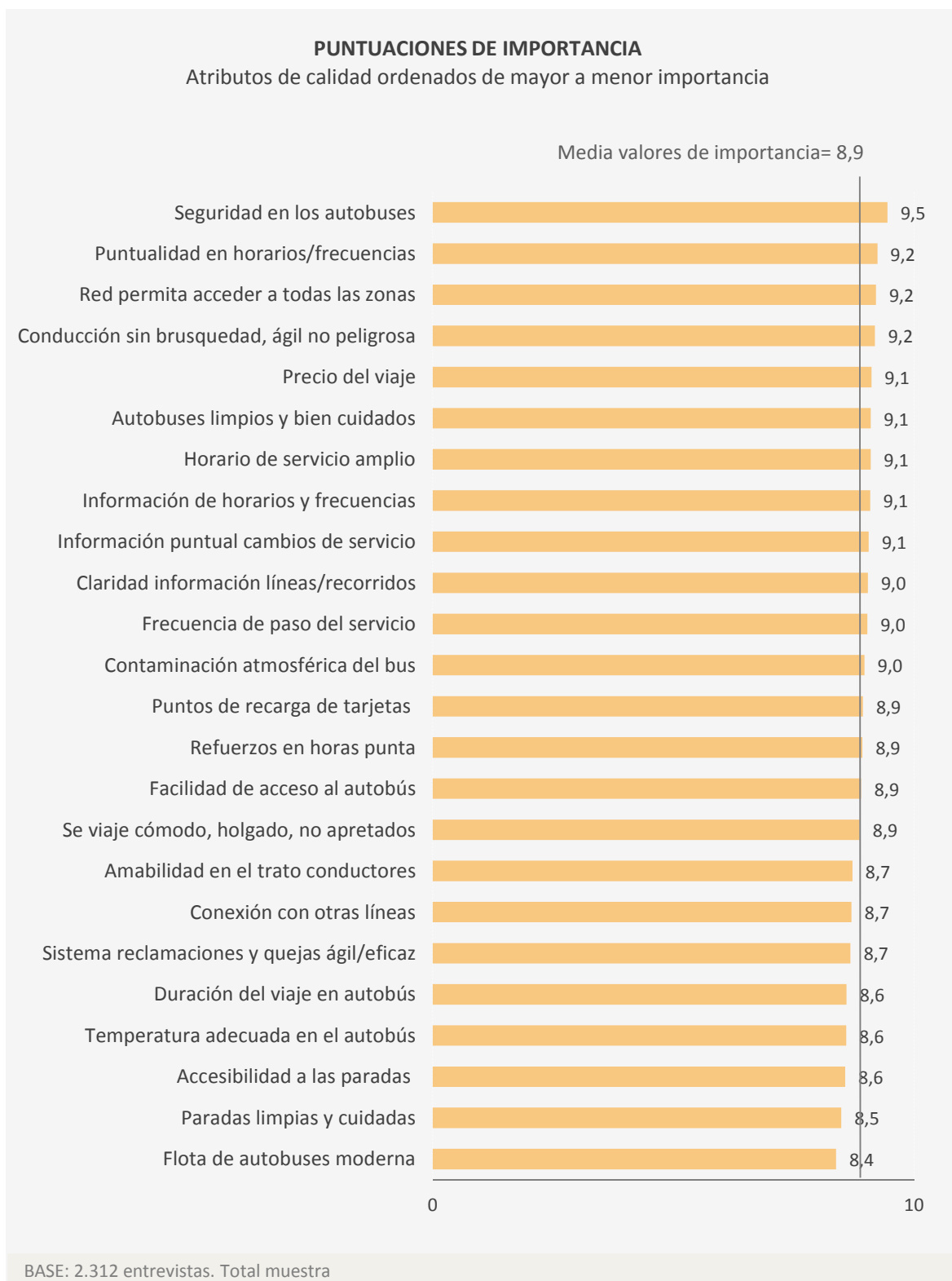
Los atributos de calidad a las que las personas usuarias del TUC dan **MÁS IMPORTANCIA** son:

1. Seguridad en los autobuses (ausencia de incidentes y vandalismo)
2. Puntualidad en el cumplimiento de horarios/frecuencias
3. Red que permita acceder a todas las zonas
4. Conducción sin brusquedad, ágil pero no peligrosa
5. Precio del viaje
6. Autobuses limpios y bien cuidados
7. Horario de servicio amplio
8. Información de horarios y frecuencias
9. Información puntual sobre cambios de servicio

Los atributos a los que conceden una **MENOR IMPORTANCIA** son:

21. Temperatura adecuada en el autobús
22. Accesibilidad a las paradas
23. Paradas limpias y cuidadas
24. Flota de autobuses moderna

En la evolución del ranking de importancia de los atributos de calidad destaca la **importancia creciente del precio del viaje**. En 2007 ocupaba los últimos lugares, el 22º, el 18º (2008), el 15º (2009), el 12º (2010), el 7º (2011) y **en las últimas mediciones se sitúa en el 5º lugar**.



3.2. CALIDAD PERCIBIDA

En el análisis de la satisfacción con los 24 atributos de calidad, los atributos que obtienen **NIVELES DE SATISFACCIÓN MÁS ELEVADOS** son:

1. Seguridad en los autobuses (8,4)
2. Accesibilidad a las paradas (bien ubicadas y en número suficiente) (8,3)
3. Facilidad de acceso al autobús (resulta fácil subir, silletas, etc.) (8,3)
4. Claridad de la información sobre líneas y recorridos (8,1)
5. Paradas limpias y cuidadas (8,0)
6. Red que permita acceder a todas las zonas (8,0)

Los atributos con **NIVELES DE SATISFACCIÓN MÁS BAJOS** son:

19. Sistema de reclamaciones y quejas ágil y eficaz (7,3)
20. Temperatura adecuada en el autobús (7,2)
21. Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones (7,2)
22. Conducción sin brusquedad, ágil pero no peligrosa (7,2)
23. Puntos de recarga tarjetas (7,1)
24. Precio del viaje (6,4)

En 2015, el **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC)**, media de los valores de satisfacción con los 24 atributos ponderada por la importancia que las personas usuarias del TUC dan a cada atributo en la calidad del servicio, alcanza un **valor de 7,7 sobre 10**.



PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN

Atributos de calidad ordenados de mayor a menor satisfacción



BASE: 2.312 entrevistas. Total muestra

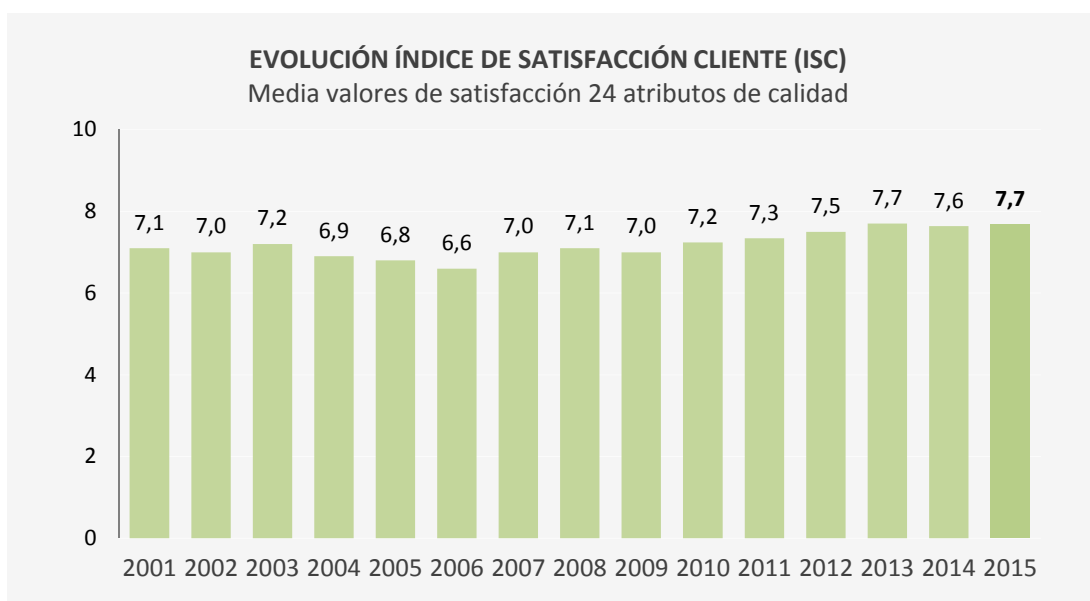
3.3. EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

En 2015, **todos los atributos de calidad mantienen sus valores de satisfacción**. Las diferencias que se observan respecto a la medición anterior no alcanzan significación estadística, excepto en la valoración del precio del viaje, que mejora de 6,2 a 6,4. La implantación de los abonos 30 días ha influido en la mejor percepción del precio y en la mejor valoración de los puntos de recarga de las tarjetas, probablemente por una mayor información al publicitar los abonos. Las diferencias más acusadas respecto a 2014 se muestran en la siguiente tabla.

PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN ATRIBUTOS DE CALIDAD
Diferencias 2014 – 2015

	2014	2015
Precio del viaje	6,2	6,4
Flota de autobuses moderna	7,6	7,8
Puntos de recarga	6,9	7,1
Sistema de reclamaciones ágil y eficaz	7,5	7,3

Si se observa la **SERIE HISTÓRICA**, en 2007 se registra un importante ascenso en los valores de satisfacción de la mayor parte de las variables de calidad, rompiendo una tendencia descendente en la valoración del servicio iniciada en 2004 y que registró puntuaciones de satisfacción significativamente más bajas en 2005 y 2006. En las mediciones de 2007 a 2009 se recogen puntuaciones de satisfacción similares y mejoran significativamente a partir de 2010 y 2012. No parece que la medición de 2014 se haya visto afectada por la huelga de diciembre de 2013, como se observó tras la huelga de 2004.



El **Índice de Satisfacción del Cliente (ISC)** calculado con las 24 variables de calidad ha pasado de 7,6 en 2014 al 7,7 en 2015. Esta diferencia no es significativa en términos estadísticos. El ISC se mantiene entre 7,6 y 7,7 desde 2013.

EVOLUCIÓN NIVELES DE SATISFACCIÓN

FACTORES Y VARIABLES DE CALIDAD	PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN									
	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
OFERTA DE SERVICIO	6,0	6,6	6,8	6,8	7,1	7,1	7,3	7,5	7,4	7,5
Buena cobertura a todas las zonas	5,9	7,1	7,2	7,2	7,4	7,4	7,7	7,8	7,9	8,0
Horario de servicio amplio	6,8	7,1	7,1	7,3	7,3	7,6	7,7	7,9	7,9	7,9
Frecuencia de paso del servicio	5,8	6,5	6,8	6,8	7,1	7,2	7,4	7,7	7,6	7,6
Refuerzos en horas punta	5,7	6,3	6,5	6,2	6,9	7,0	7,2	7,5	7,3	7,2
Conexión con otras líneas		7,1	7,2	7,1	7,4	7,6	7,7	7,9	7,8	7,9
Precio del viaje	6,0	5,9	6,2	5,9	6,2	6,0	6,1	6,2	6,2	6,4
ACCESIBILIDAD	6,9	7,3	7,2	7,3	7,4	7,5	7,7	7,9	7,8	7,9
Paradas bien ubicadas y suficientes	6,9	7,4	7,6	7,5	7,8	7,9	8,1	8,4	8,4	8,3
Facilidad de acceso al autobús	6,9	7,5	7,6	7,6	7,7	7,9	8,0	8,4	8,3	8,3
Puntos de recarga de tarjetas		6,9	6,6	6,7	6,7	6,7	7,0	7,0	6,9	7,1
INFORMACIÓN	6,4	7,1	7,2	7,1	7,5	7,4	7,6	7,8	7,8	7,8
Claridad sobre líneas y recorridos	6,7	7,3	7,4	7,3	7,6	7,6	7,8	8,0	8,1	8,1
Información horarios y frecuencias		7,2	7,3	7,2	7,6	7,4	7,7	7,9	7,9	7,9
Información cambios servicio	6,1	6,9	7,0	6,8	7,2	7,2	7,4	7,6	7,5	7,5
DURACIÓN	6,6	6,8	6,9	6,9	7,2	7,4	7,6	7,9	7,8	7,8
Duración del viaje en autobús	6,7	7,0	7,0	7,1	7,3	7,5	7,6	8,0	7,8	7,9
Puntualidad en horarios/frecuencias	6,5	6,6	6,8	6,8	7,1	7,4	7,6	7,8	7,8	7,8
CALIDAD ATENCIÓN	5,8	6,9	6,9	6,6	7,1	7,3	7,4	7,6	7,6	7,6
Atención de reclamaciones ágil	4,6	6,6	6,6	5,8	6,9	6,3	6,9	7,5	7,5	7,3
Amabilidad en el trato conductor	7,1	7,0	7,1	7,0	7,1	7,5	7,5	7,7	7,7	7,7
CONFORT	6,6	7,2	7,3	7,2	7,2	7,4	7,5	7,7	7,5	7,6
Flota de autobuses moderna	6,7	7,6	7,6	7,4	7,4	7,6	7,7	7,7	7,6	7,8
Autobuses limpios y bien cuidados	7,0	7,6	7,6	7,5	7,4	7,6	7,7	7,9	7,7	7,8
Se viaja cómodo, no apretados	6,2	6,9	7,0	7,1	7,0	7,4	7,6	7,5	7,3	7,4
Temperatura adecuada en el bus	6,7	7,3	7,1	6,9	7,1	7,1	7,2	7,4	7,2	7,2
Conducción sin brusquedad	6,2	6,5	6,6	6,6	6,8	6,9	7,2	7,4	7,1	7,2
Paradas limpias y cuidadas	6,9	7,5	7,6	7,6	7,6	7,7	7,8	8,1	8,1	8,0
SEGURIDAD		7,7	7,7	7,7	7,7	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4
Seguridad en los autobuses		7,7	7,7	7,7	7,7	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4
IMPACTO MEDIO AMBIENTE		7,0	7,0	6,9	7,2	7,1	7,3	7,5	7,6	7,5
Contaminación atmosférica del bus		7,0	7,0	6,9	7,2	7,1	7,3	7,5	7,6	7,5
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTE	6,6	7,0	7,1	7,0	7,2	7,3	7,5	7,7	7,6	7,7

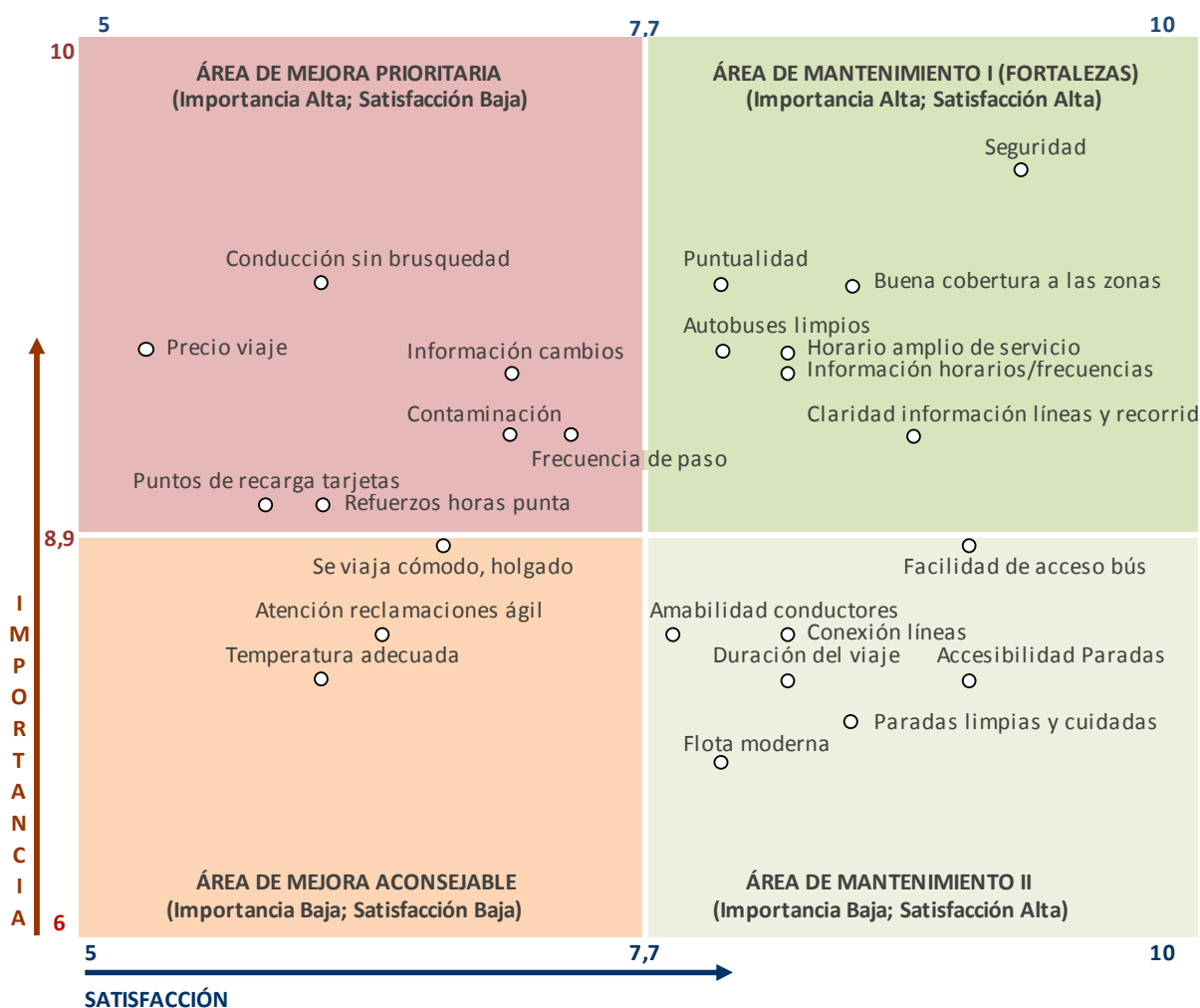
3.4. ÁREAS DE ACTUACIÓN PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DEL TUC

Si tenemos en cuenta los valores medios de importancia y de satisfacción y situamos las 24 variables de calidad en un mapa diferencial, desde la óptica de las personas usuarias del TUC se definen las siguientes **ÁREAS DE INTERVENCIÓN**:

<p>ÁREA DE MEJORA PRIORITARIA (Importancia Alta; Satisfacción Baja)</p>	<p>Precio del viaje Puntos de recarga tarjetas Conducción adecuada sin frenazos ni brusquedades Refuerzos en horas punta para evitar saturaciones Información puntual sobre cambios del servicio Contaminación atmosférica de los autobuses Frecuencia de paso OFERTA DE SERVICIO IMPACTO MEDIOAMBIENTAL</p>
<p>ÁREA DE MEJORA ACONSEJABLE (Importancia Baja; Satisfacción Baja)</p>	<p>Se viaja cómodo, holgados, sin ir apretados Atención de reclamaciones y quejas ágil/eficaz Temperatura adecuada dentro del autobús CONFORT CALIDAD EN LA ATENCIÓN</p>
<p>ÁREA DE MANTENIMIENTO / FORTALEZAS (Importancia Alta; Satisfacción Alta)</p>	<p>Seguridad en los autobuses (ausencia de incidentes ni vandalismo) Buena cobertura a todas las zonas de Pamplona y Comarca Horario de servicio amplio Información sobre horarios y frecuencias Información clara sobre líneas y recorridos Puntualidad, cumplimiento de horarios y frecuencias ofertadas Autobuses limpios y cuidados INFORMACIÓN DURACIÓN DEL VIAJE</p>
<p>ÁREA DE MANTENIMIENTO II (Importancia Baja; Satisfacción Alta)</p>	<p>Facilidad de acceso al autobús Conexión con otras líneas Accesibilidad a las paradas (bien ubicadas y en número suficiente) Paradas limpias y cuidadas Conexión con otras líneas Duración del viaje Amabilidad en el trato de los conductores Flota de autobuses moderna ACCESIBILIDAD</p>

En el **MAPA DIFERENCIAL** se muestran las cuatro áreas de intervención en las que quedan ubicados los atributos de calidad del servicio.

AREAS DE ACTUACIÓN PARA LA MEJORA DEL SERVICIO DEL TUC



4. RESULTADOS POR LÍNEAS

En el análisis por líneas se tienen en cuenta **18 atributos de calidad de los 24 que contempla este estudio**. La mayoría de las variables de calidad se valoran sobre la línea en la que se ha realizado el viaje, excepto Contaminación atmosférica de los autobuses (IMPACTO MEDIO AMBIENTE), Atención de reclamaciones ágil/eficaz (ATENCIÓN AL CLIENTE), Puntos de recarga de tarjetas (ACCESIBILIDAD), Precio del viaje, Horario de servicio amplio y Buena cobertura a todas las zonas (OFERTA DEL SERVICIO) que se valoran para el conjunto de la red y por lo tanto quedan excluidas de este análisis por líneas.

A partir de los valores de satisfacción con los 18 atributos de calidad específicos de la línea en la que se ha realizado el viaje, se realiza el **análisis de la calidad percibida en las distintas líneas que integran la red**.

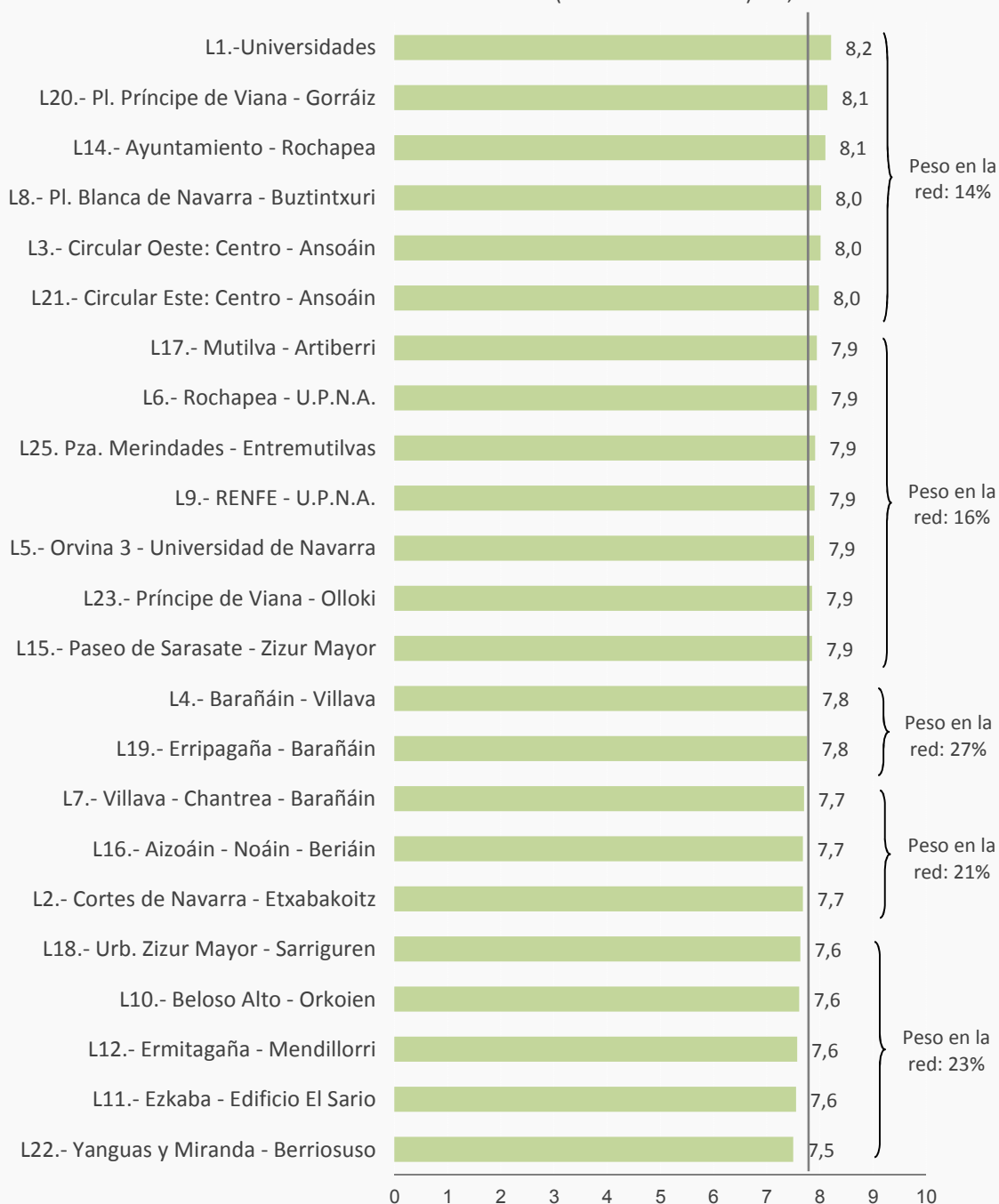
Se recalcula el Índice de Satisfacción del Cliente con las 18 variables específicas de la línea (**ISC Línea**) y en 2015 da un resultado de **7,8 sobre 10 para el conjunto de la red**, algo más elevado que el ISC calculado con las 24 variables que da un resultado de 7,7.

Para cada una de las líneas se calcula el **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA LÍNEA (ISC Línea)**, que es en cada línea la media de los valores de satisfacción de los 18 atributos de calidad ponderada por su importancia.

- Las líneas que han registrado un **ISC Línea por DEBAJO DEL ÍNDICE MEDIO DE LA RED** son:
 - La línea **L22**.- (Yanguas y Miranda-Berriosuso), con un **ISC Línea = 7,5**, el más bajo en la red y supone el 0,3% de los viajes de la red.
 - Con un **ISC Línea de 7,6**, están las líneas **L11** (Ezcaba–Edificio el Sario), **L12** (Ermitagaña–Mendillorri), **L10** (Beloso Alto–Orkoien) y **L18** (Urb.Zizur–Sarriguren). Estas líneas alcanzan el 23% de los viajes de la red.
 - Con un **valor próximo al índice medio de la red** se encuentran las líneas **L2** (Cortes de Navarra - Etxabacokoitz), **L16** (Aizoáin–Noain–Berriain) y **L7** (Villava–Chantrea – Barañain), estas líneas obtienen un **ISC Línea = 7,7** y suponen el 21% de la red.
- En la **MEDIA DE LA RED**, con un **ISC Línea = 7,8** están las líneas **L4** y **L19** y abarcan al 27% de los viajeros de la red.
- Por ENCIMA DEL ÍNDICE MEDIO DE LA RED**, con un **ISC Línea = 7,9 o superior**, se encuentran las líneas **L15, L23, L5, L9, L25, L6, L17, L21, L3, L8, L14, L20 y L1**. Estas líneas suponen el 30% de los viajes de la red.

**ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE CALCULADO EN LAS LÍNEAS
(ISC Línea)**

ISC Líneas (Media 18 atributos) = 7,8



BASE: n = 2.312. Total muestra

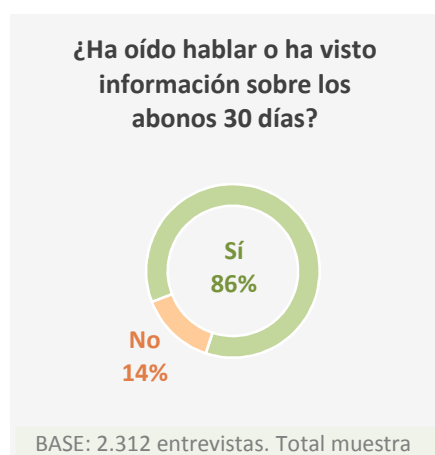
5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

5.1. NUEVO SISTEMA TARIFARIO

En este apartado se analiza la notoriedad de los abonos 30 días, su uso y valoración. Asimismo, se recoge el nivel de conocimiento y uso de las Tarjetas F para personas perceptoras de la Renta de Inclusión Social (RIS).

El 86% de las personas usuarias del TUC han visto u oído información sobre los abonos 30 días, este porcentaje alcanza al 90% entre las que calculan que realizan en villavesa más de 35 viajes al mes.

El medio que más ha contribuido a la difusión de la campaña han sido las marquesinas, recordadas de forma espontánea por el 28% de las personas entrevistadas que han visto la campaña, y por el 58% cuando se les pregunta expresamente si han visto esta información en cada medio. A las marquesinas le siguen en notoriedad las perchas colgadas en el interior del autobús.

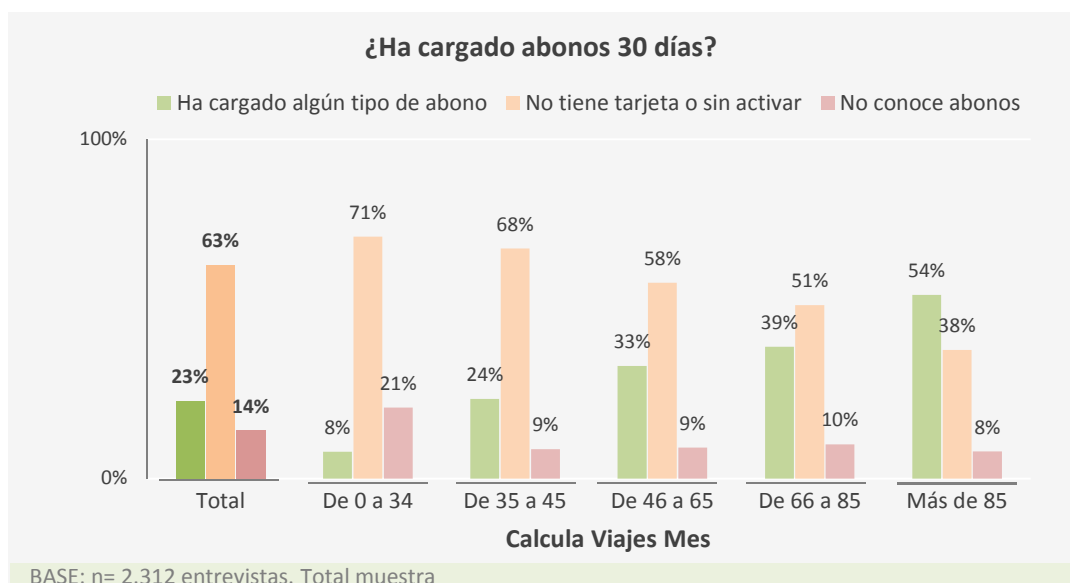


Entre las personas que han visto esta información, el 72% la han valorado muy bien o bien, el 16% regular y el 2% mal o muy mal. El 10% no saben o no contestan a esta pregunta.



El 23% de las personas usuarias del TUC han cargado algún tipo de abono en estos meses y el 3% todavía no han activado la tarjeta. El 60% no disponen de tarjeta personalizada para cargar los abonos 30 días y el 14% no los conoce.

El 39% de las personas usuarias del TUC que calculan que hacen de 66 a 85 viajes al mes y el 54% de las que calculan más de 85 viajes al mes han comprado alguno de los abonos.



Por **tipos de abonos**, hasta noviembre, el 13% de las personas entrevistadas en el TUC habían cargado abonos 30 días general, el 9% abonos 30 días para menores de 26 años y el 3% abonos 30 días para familias numerosas.

El 41% de las personas usuarias del servicio que realizan más de 85 viajes en el TUC habían cargado abonos general, el 12% abonos joven y el 8% abonos familia numerosa.

Los abonos 30 días han tenido una especial aceptación entre los jóvenes, el 41% de las personas usuarias de 16 a 24 años han cargado algún tipo de abono 30 días, el 22% de las que tienen entre 25 y 34 años y el 27% de las que tienen entre 35 y 49 años. El 31% de los jóvenes de 16 a 24 años han cargado abonos 30 días para menores de 26 años y el 8% han cargado abonos 30 días para familias numerosas.

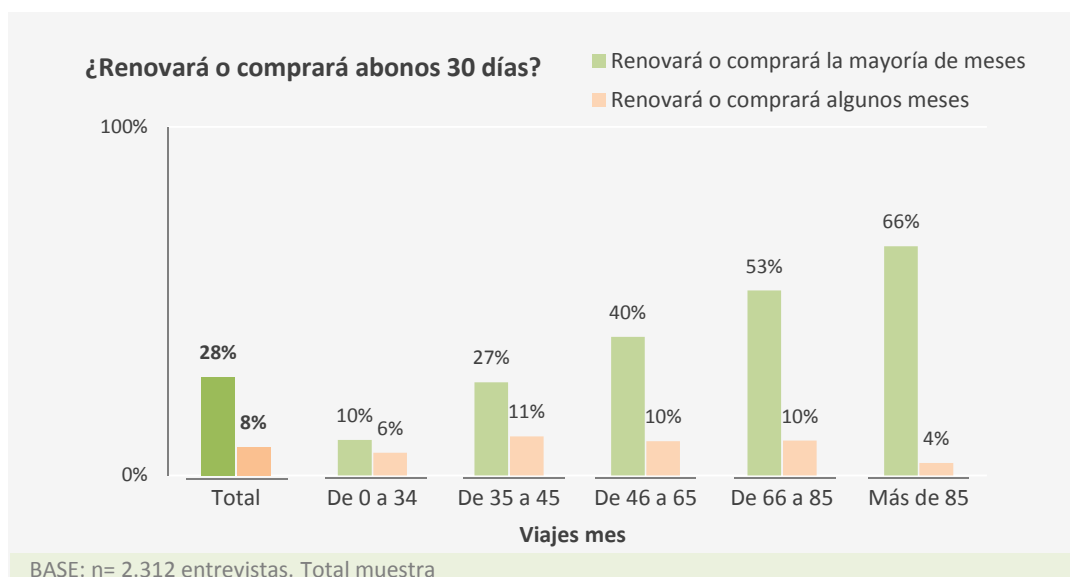
Si se tienen en cuenta la situación laboral o el nivel de estudios los resultados son similares a los recogidos con la edad, el 42% de los estudiantes han cargado algún tipo de abono y el 26% de las personas usuarias en situación laboral ocupada.

El 79% de las personas entrevistadas que tienen tarjeta para cargar los abonos 30 días piensan renovar el abono la mayoría de meses y alcanza al 90% si hacen más de 65 viajes.

Sobre el total personas usuarias del TUC, el **28% renovarán o comprarán abonos 30 días la mayoría de los meses:**

- Renovarán las que tienen tarjeta para cargar los abonos 30 días: 20%
- Comprarán las que no tienen todavía tarjeta y se han planteado comprarlos: 6%
- Comprarán las que no saben sobre los abonos y se les ha informado: 2%

El 53% de las personas usuarias que realizan de 66 a 85 viajes y el 66% si realizan más de 85 viajes al mes renovaran o compraran abonos 30 días.



Todos los aspectos analizados sobre los abonos 30 días reciben valoraciones entre 7,0 y 7,6. Estas valoraciones **son más elevadas** entre las personas entrevistadas **con mayor frecuencia de uso, calculan que realizan más de 85 viajes al mes, han valorado estos aspectos entre 8,0 y 8,2.**

- La facilidad para informarse sobre este abono (7,4)
- La facilidad para conseguir una tarjeta personalizada (7,6)
- El número de puntos de recarga (7,3)
- La facilidad para recargar el abono (7,7)
- El precio del abono (7,2)

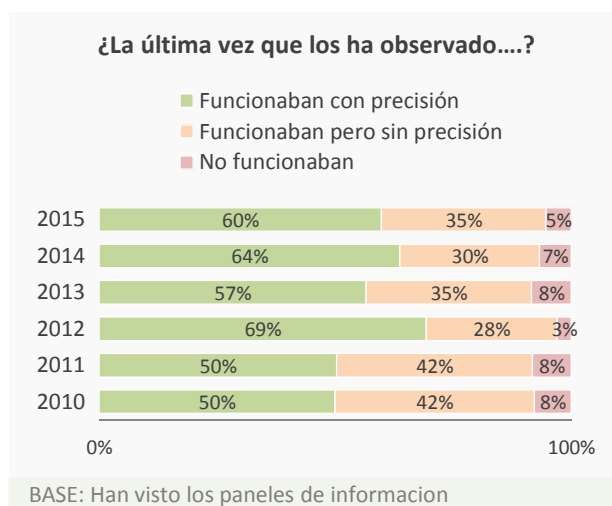
El 7,5% de las personas usuarias del TUC pertenecen a familias perceptoras de la RIS y otro 7,8%, sin ser perceptores de la RIS, están en el baremo de ingresos establecido para situaciones de riesgo de exclusión social. Estos porcentajes son similares a los de 2014.

Entre los perceptores de la RIS, el 55% disponen de la tarjeta con tarifa F y el 30% no conocen esta tarifa. Entre los que se encuentran en situación de riesgo de exclusión social, el 7% disponen de tarjeta con tarifa F y el 77% no la conocen. Los que disponen de la tarjeta con Tarifa F suponen el 5% de las personas usuarias del TUC.

5.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFORMACIÓN DEL TUC

En 2015, el 98% de las personas usuarias del TUC han visto los PANELES DE INFORMACIÓN SAEI en las paradas que informan del tiempo de llegada del autobús. Entre quienes los han visto, el 60% opinan que funcionan con precisión, el 35% que funcionan pero con poca precisión y el 5% opinan que no funcionan.

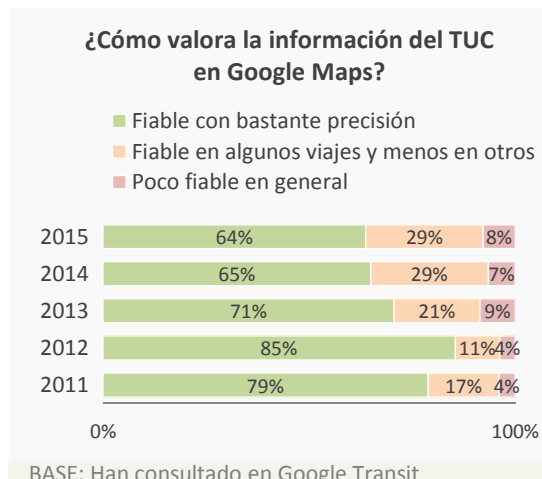
La percepción sobre el funcionamiento de los paneles de información en paradas sobre el tiempo de llegada del bus ha empeorado respecto a la medición del año pasado.



El **58%** de las personas usuarias del servicio saben que pueden consultar en **GOOGLE TRANSIT los recorridos y horarios del TUC** y el 26% han realizado este tipo de búsquedas. En las tres últimas mediciones se mantiene el porcentaje de las personas entrevistadas que conocen esta aplicación y las que hacen estas consultas.

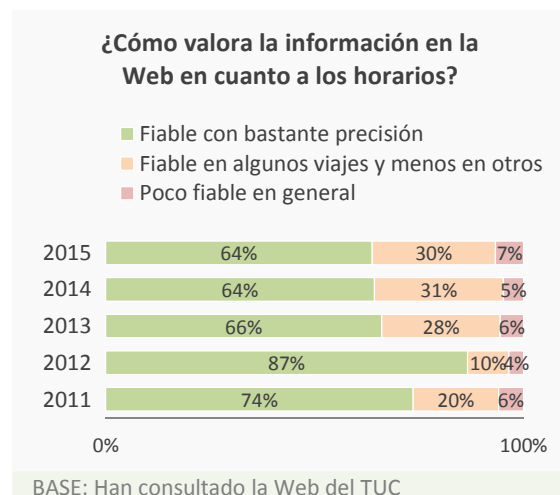
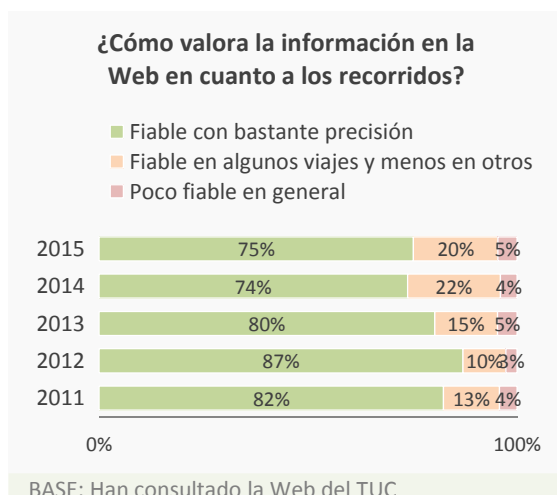
Entre las personas usuarias que realizan estas consultas, **la mayoría lo han hecho en el teléfono móvil (el 80%)**. Sigue creciendo el porcentaje de quienes hacen estas consultas en el móvil, del 14% (2011) al 80% (2015).

El **64%** opinan que el resultado de la consulta es fiable con bastante precisión, el 29% fiable en algunos viajes y menos en otros y el 8% lo consideran poco fiable en general. Sigue descendiendo el porcentaje de quienes opinan que esta información es fiable con precisión.



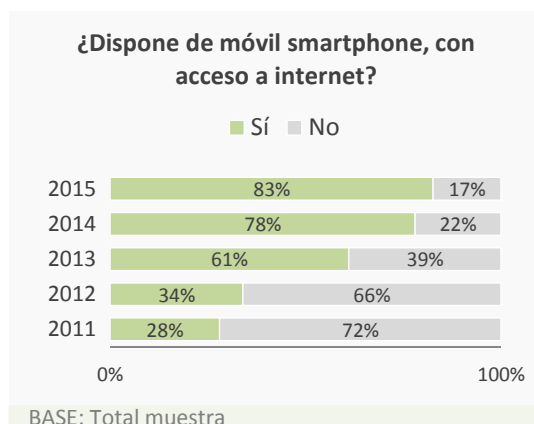
El **40%** de las personas usuarias del servicio **HAN CONSULTADO EN LA WEB DEL TUC** información sobre el Transporte Urbano Comarcal, recorridos, horarios, incidencias, etc. Este porcentaje es idéntico al del año pasado. El 63% lo han hecho en el ordenador, el 59% en el teléfono móvil y el 13% en tablets.

Entre quienes realizan consultas en la Web del TUC, al 90% les ha resultado sencillo su manejo. El 75% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre recorridos y el 64% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre horarios. Estos porcentajes son similares a los registrados el año pasado y peores a los registrados en mediciones anteriores.



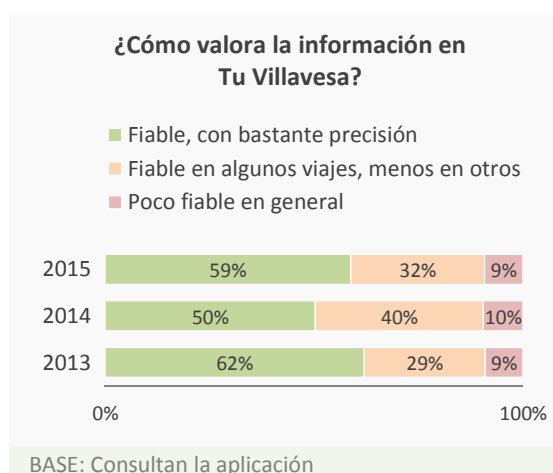
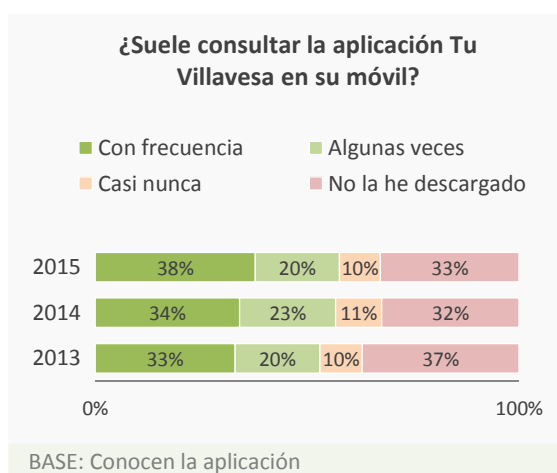
De cara al desarrollo de nuevas aplicaciones para acercar la información sobre el servicio de Transporte Urbano, desde 2011 se pregunta sobre la **DISPOSICIÓN Y USO DE TELÉFONOS MÓVILES INTELIGENTES** entre las personas usuarias del TUC.

En 2015 se constata el fuerte incremento de **usuarios y usuarias del TUC que disponen de smartphone**, del 28% en 2011 al 83% en 2015 y de quienes disponen de una tarifa de datos, del 18% (2011) al 77% (2015).



El 60% de las personas usuarias del TUC que tienen un smartphone conocen la **APLICACIÓN TU VILLAVESA**. Entre las que tienen un smartphone y conocen esta aplicación, el 38% la consultan con frecuencia, el 20% algunas veces y el 10% nunca. Una tercera parte no se la han descargado.

Entre quienes suelen consultar la información de Tu Villavesa, el 59% consideran que es fiable con bastante precisión, el 40% que es fiable en algunos viajes y menos en otros y el 10% que es poco fiable. El porcentaje personas usuarias de esta aplicación que opinan que es fiable con bastante precisión ha mejorado respecto a la última medición.



5.3. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

Preguntados por la **EVOLUCIÓN DEL SERVICIO EN ESTE ÚLTIMO AÑO**, en general, y teniendo en cuenta un poco todo, en este último año el servicio de Transporte Urbano Comarcal...

- Ha mejorado mucho o algo para el 49% de las personas usuarias del servicio
- No ha cambiado para el 42%
- Ha empeorado algo o mucho para el 5%
- El 4% no han contestado a esta pregunta.

La actual oferta de transporte público, líneas, recorridos y paradas, CUBRE LAS NECESIDADES DE TRANSPORTE PÚBLICO...

- Totalmente o en gran medida para el 83% de las personas usuarias del TUC
- A medias para el 13%
- Algo, poco o nada para el 4%.

Estos resultados son similares a los alcanzados en las últimas mediciones.

En la **VALORACIÓN GENERAL DEL PRECIO DEL SERVICIO**, el precio que paga por el servicio de Transporte Urbano le parece...

- Caro o Muy Caro al 46% de las personas usuarias del servicio
- Normal al 44%
- Barato o Muy Barato al 11%.

Tienen una percepción más cara del precio las personas usuarias que se quedan en el límite de rentabilidad de los abonos 30 días:

- Calculan que realizan al mes entre 35 y 45 años
- Han pagado el viaje con billete sencillo o con bonobús
- En el grupo de edad entre los 25 y 34 años
- En situación laboral ocupada o estudiantes
- No están satisfechos con el servicio

En la **evolución del precio del servicio**, en 2015 se observa **una percepción menos cara del precio respecto a las mediciones anteriores**. Quienes opinan que el precio del servicio es caro han pasado del 54% (2014) al 46% en 2015.

