



**Mancomunidad**  
Comarca de Pamplona  
Iruñerriko  
Mankomunitatea

**ESTUDIO DE SATISFACCIÓN 2019**  
**PERSONAS USUARIAS**  
**DEL TRANSPORTE URBANO COMARCAL**

Síntesis de resultados  
Mayo 2019



**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 2019**

INFORME DE RESULTADOS  
Departamento de Comunicación  
Abril 2020



---

## ÍNDICE

<b>CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO .....</b>	<b>2</b>
OBJETIVOS .....	2
METODOLOGÍA.....	2
TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS.....	5
<b>SÍNTESIS DE RESULTADOS .....</b>	<b>7</b>
<b>1. CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL T.U.C.....</b>	<b>9</b>
<b>2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO.....</b>	<b>16</b>
<b>3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....</b>	<b>20</b>
<b>4. RESULTADOS POR LÍNEAS.....</b>	<b>28</b>
<b>5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO .....</b>	<b>30</b>

## 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.
5. Conocer la opinión sobre otros aspectos generales o puntuales del servicio.

### 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 solicita el 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 2019.

**Tamaño de la muestra:** 2.277 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 22 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 octubre de 2018.

**En una segunda etapa se han distribuido las encuestas en cada una de las líneas.** 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 una de las líneas 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 han realizado un total de 5.652 encuestas de contacto, en torno a 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 proporcio- nales	Entrevistas realizadas	factores de ponderación
L1.-Universidades	433.756	1,1%	25	57	<b>0,4397</b>
L2.- c/ Cortes de Navarra - Etxabakoitz	1.222.917	3,1%	71	85	<b>0,8314</b>
L3.- Circular Oeste: Centro - Ansoain	1.559.731	4,0%	90	86	<b>1,0480</b>
L4.- Barañáin - Villava	8.424.230	21,4%	487	328	<b>1,4841</b>
L5.- Orvina 3 - Universidad de Navarra	1.319.461	3,3%	76	89	<b>0,8567</b>
L6.- Rochapea - U.P.N.A.	1.084.534	2,8%	63	80	<b>0,7834</b>
L7.- Villava - Txantrea - Barañáin	3.779.269	9,6%	218	182	<b>1,1999</b>
L8.- Pza. Blanca de Navarra - Buztintxuri	1.280.558	3,2%	74	86	<b>0,8604</b>
L9.- RENFE - U.P.N.A.	1.829.450	4,6%	106	105	<b>1,0068</b>
L10.- Beloso Alto - Orkoien	724.189	1,8%	42	65	<b>0,6438</b>
L11.- Ezcaba - Edificio El Sario	2.078.996	5,3%	120	106	<b>1,1333</b>
L12.- Ermitagaña - Mendillorri	2.532.363	6,4%	146	132	<b>1,1086</b>
L14.- Ayuntamiento - Rochapea	170.876	0,4%	10	45	<b>0,2194</b>
L15.- Ps. Sarasate - Zizur Mayor - Ardoi	552.550	1,4%	32	60	<b>0,5321</b>
L16.- Aizoáin - Noáin - Beriáin	3.442.002	8,7%	199	158	<b>1,2588</b>
L17.- Berriozar - Mutilva	1.375.698	3,5%	79	90	<b>0,8833</b>
L18.- Urb. Zizur Mayor - Sarriguren	3.223.596	8,2%	186	154	<b>1,2096</b>
L19.- Erripagaña - Barañáin	1.773.181	4,5%	102	116	<b>0,8833</b>
L20.- Pza. Príncipe de Viana - Gorráiz	617.859	1,6%	36	63	<b>0,5667</b>
L21.- Circular Este: Centro - Ansoain	1.476.314	3,7%	85	90	<b>0,9479</b>
L23.- Cordovilla - Olloki	212.533	0,5%	12	50	<b>0,2456</b>
L25.- Pza. Principe de Viana - Mutilva	291.120	0,7%	17	50	<b>0,3364</b>
<b>Acumulado Enero -Octubre</b>	<b>39.405.183</b>	<b>100,0%</b>	<b>2277</b>	<b>2277</b>	<b>1,0000</b>

## 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

Los datos obtenidos, satisfacción global, niveles de importancia y 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 las 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 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).
- Dispone de coche propio

El planteamiento del estudio, el diseño muestral, la definición y selección de las variables de desagregación, el cuestionario y la explotación, análisis de los datos e informe de resultados se han realizado con medios propios en la Mancomunidad/SCPSA. 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 QUOR.

Los atributos de calidad del servicio fueron definidos en grupos de discusión con usuarios y usuarios del servicio del TUC en estudios cualitativos realizados en 1999 y 2007.

La explotación de los datos se ha realizado con el paquete estadístico SPSS V.25 y Modeler para los análisis multivariados.

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

En esta síntesis del estudio se presentan los resultados 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 25 atributos de calidad del servicio y, por otra, la importancia que las personas usuarias del TUC atribuyen a cada uno de estos atributos en la calidad del servicio.

A partir de los valores de satisfacción y de la importancia atribuida a cada uno de los atributos, 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** en este último año, su opinión sobre **si la actual oferta del TUC cubre sus necesidades Transporte Público** 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 pregunta sobre los paneles de información en las paradas (SAEI), sobre el uso de teléfonos inteligentes con acceso a Internet para consultar la información sobre el servicio y si consultan la red y horarios en Google Transit, en la Web del TUC y en la aplicación TU VILLAVESA.

Desde 2015 se analiza el **conocimiento y uso del nuevo sistema tarifario** con la implantación de los abonos 30 días y la Tarifa F para familias perceptoras de Renta de Inclusión Social (RIS). Desde 2018, ante la reorganización de la red nocturna del TUC, se ha introducido un apartado para determinar la percepción de la seguridad en las paradas.

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

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

### 1.1. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

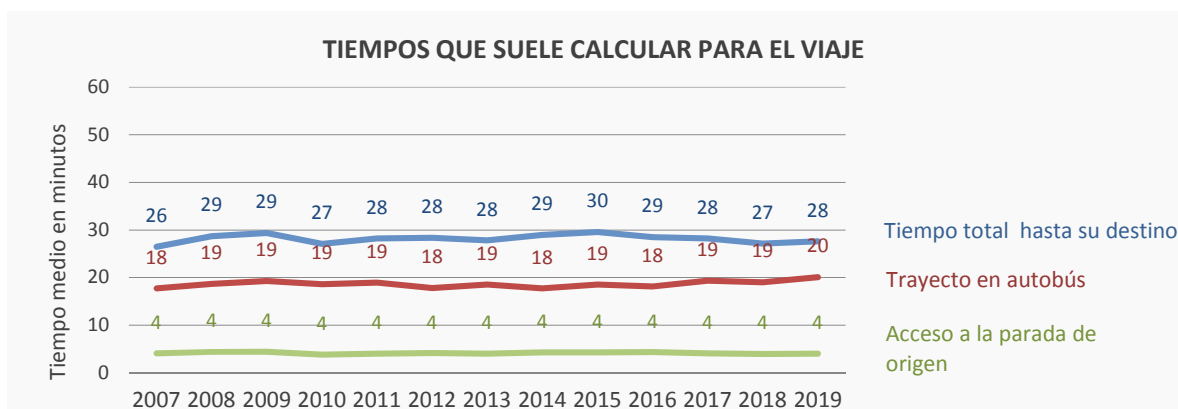
Según las respuestas de los propios usuarios y usuarias del servicio:

- 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 20 minutos. Quienes residen en los municipios de la Comarca calculan un tiempo de trayecto en bus de 24 minutos y quienes residen en Pamplona de 17 minutos. En el grupo de edad más joven calculan un tiempo de trayecto de 24 minutos y desciende hasta 17 minutos en el grupo de más edad.
- 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 28 minutos.

El 86% de las personas usuarias del TUC emplean menos de cinco minutos en acceder a su parada de origen, el 58% emplean entre 0 y 3 minutos. El 14% emplean más de 5 minutos.

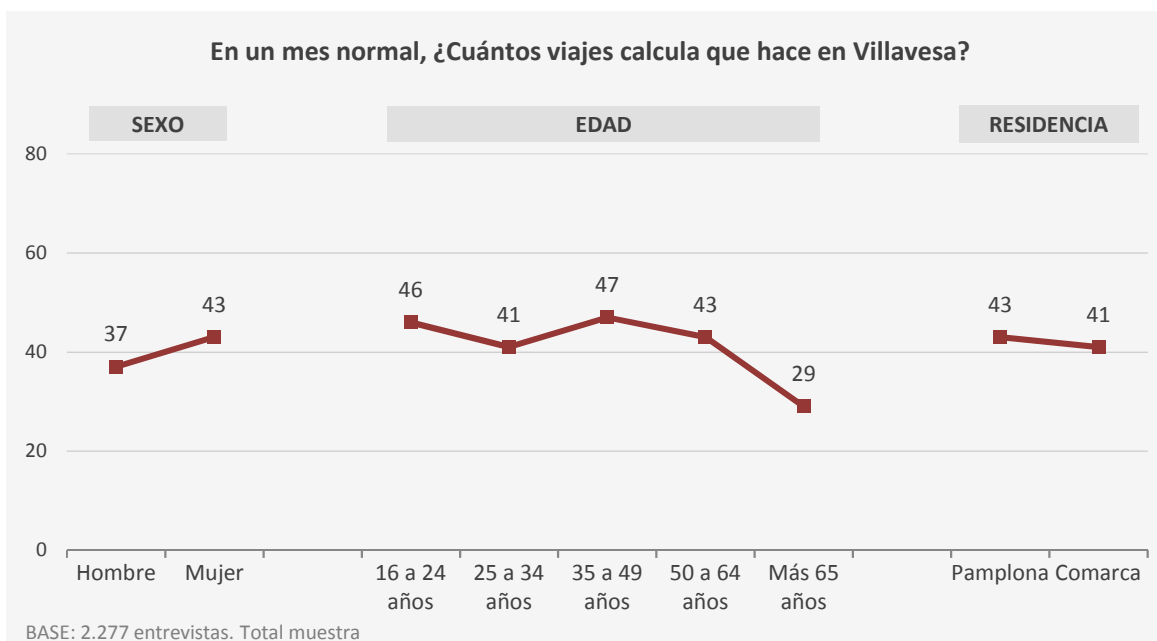
Para el 68% de las personas entrevistadas el tiempo de trayecto en autobús ha durado menos de 20 minutos, para el 20% entre 21 y 30 minutos y para el 11% más de 30 minutos.

El tiempo total que se suele calcular desde el origen de su viaje hasta su destino final, teniendo en cuenta el tiempo de acceso a la parada de origen y el tiempo de dispersión desde la parada de destino, es inferior a 30 minutos para el 69% de las personas usuarias del servicio, para el 18% es de 31 a 40 minutos y el 13% suelen calcular un tiempo total superior a 40 minutos.



## 1.2. HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO

Las personas usuarias del servicio calculan que realizan una media de 42 viajes al mes en el Transporte Urbano. El 49% calculan que realizan menos de 35 viajes al mes, el 34% calculan entre 35 y 65 viajes al mes y el 18% realizan más de 65 viajes al mes.



Las mujeres calculan una media de 43 viajes al mes y utilizan el TUC en mayor medida que los hombres para ir al trabajo (el 41% frente al 32% en los hombres) y para hacer compras (el 13% frente al 10% en los hombres).

Los hombres calculan 37 viajes al mes y utilizan el TUC en mayor medida que las mujeres para ir a estudiar (el 14% frente al 9% en las mujeres) y para ocio, deporte y gestiones (el 23% frente al 14% en las mujeres).

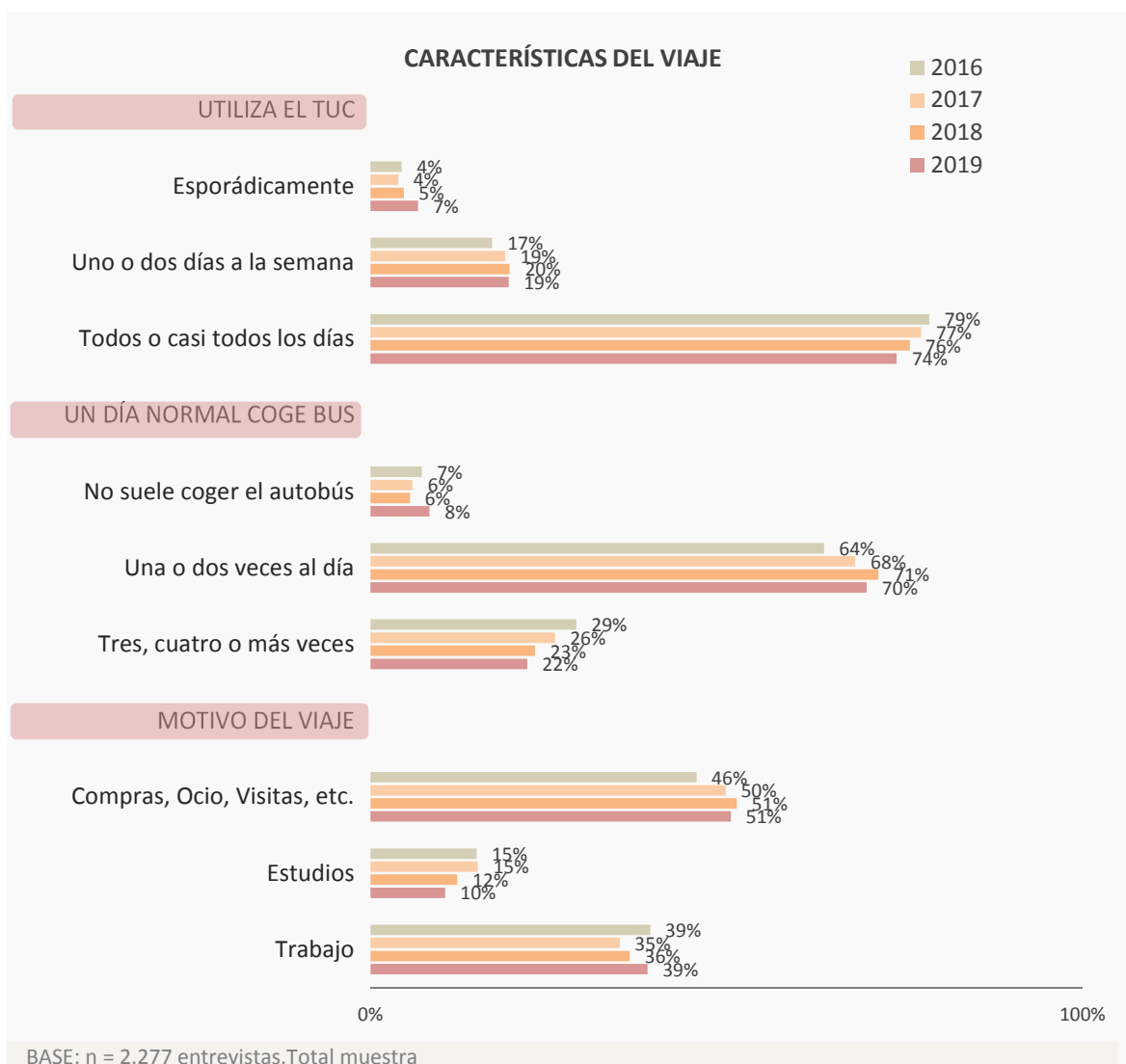
<b>FRECUENCIA DE USO SEMANAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 74% cogen el TUC todos o casi todos los días laborales</li> <li>El 19% uno o dos días a la semana o varias veces al mes</li> <li>El 7% de forma esporádica.</li> </ul>
<b>INTENSIDAD DE USO en un día normal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 70% cogen el TUC una o dos veces al día</li> <li>El 22% tres, cuatro o más veces</li> <li>El 8% no suelen coger el TUC</li> </ul>
<b>MOTIVO DEL VIAJE (de origen o destino)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 51% lo cogen para compras, ocio, gestiones, visitas...</li> <li>El 39% para trabajo</li> <li>el 10% para estudios</li> </ul>

En la **EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE USO** se observa un descenso en la frecuencia de uso.

En la **frecuencia de uso semanal** se confirma el descenso progresivo de usuarios y usuarias con mayor frecuencia de uso, cogen la Villavesa todos o casi todos los días, y aumentan quienes lo cogen de forma esporádica.

En cuanto a la **intensidad de uso en un día normal**, igualmente desciende el peso de quienes cogen el bus tres o más veces al día y aumenta el peso de quienes lo cogen con menor intensidad.

En los **motivos del viaje**, en las tres últimas mediciones se consolida el peso de los motivos no obligados (compras, ocio, visitas a médico o gestiones) en algo más de la mitad de los viajes encuestados. En los motivos obligados, aumenta el peso del motivo de viaje trabajo en detrimento de estudios.

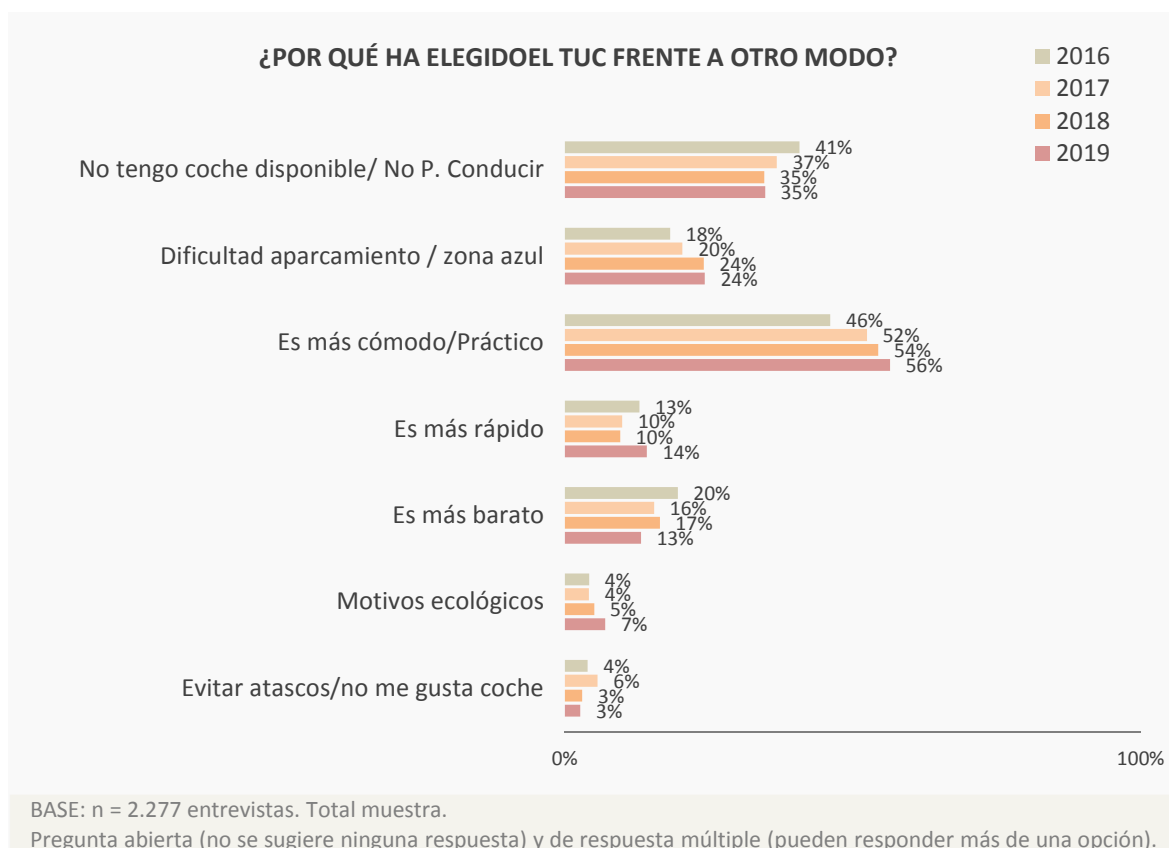


Preguntados por las **RAZONES POR LAS QUE HA ELEGIDO EL TUC** en lugar de otro modo de transporte, recogidas en una pregunta abierta (no se sugiere ningún motivo y pueden señalar varios), mencionan principalmente: No tener coche disponible o permiso de conducir (35%); Dificultades de aparcamiento/zona azul (24%); la Comodidad o es práctico (56%); Rapidez (14%); Economía (13%) y Ecología (7%).

Las mujeres eligen en mayor proporción el TUC que los hombres porque no tienen coche disponible (el 36% de las usuarias frente al 29% de los usuarios) y los hombres eligen en mayor proporción el TUC que las mujeres por las dificultades de aparcamiento, motivo aducido por el 27% de los usuarios frente al 23% de las usuarias, y porque les resulta más barato, motivo de elección para el 17% de los usuarios frente al 12% de las usuarias.

En la serie histórica se observa que aumenta de forma progresiva el porcentaje de quienes eligen el TUC porque es más Cómodo o práctico. La elección del TUC por las dificultades de aparcamiento se consolida en el 24% tras el Plan de Amabilización de 2017.

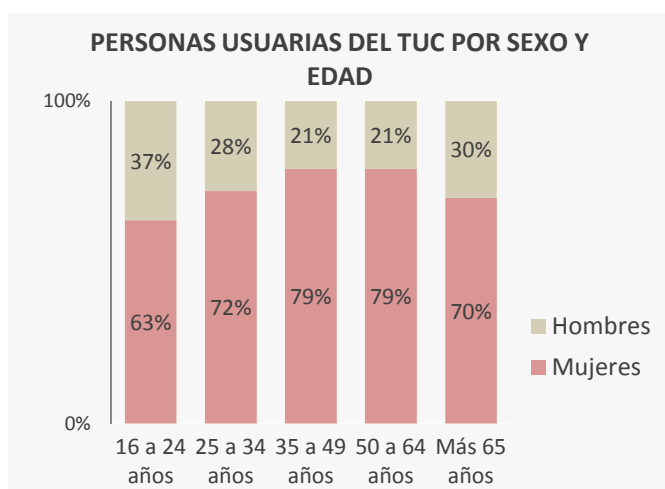
Ante la pregunta directa sobre si podían realizar el viaje en coche o moto (como conductor o acompañante), el 42% no tenían esta alternativa, frente al 58% que sí podían realizar el viaje en otro modo.



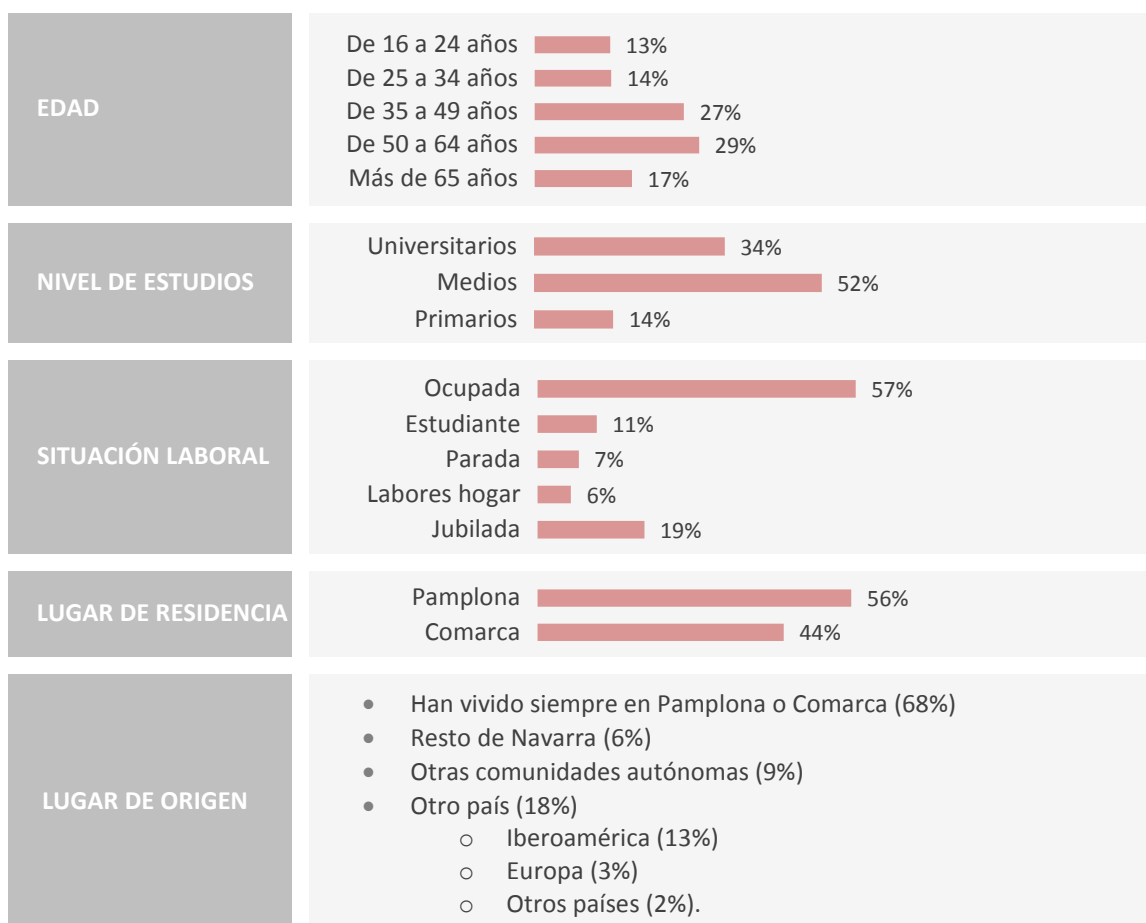
### 1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

El 74% de las personas usuarias del TUC son mujeres. A lo largo de la serie histórica las mujeres se mantienen en torno al 75%.

Las mujeres son mayoría en todos los grupos de edad y es aún mayor la proporción en los grupos de edad entre 35 y 64 años.



### CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS



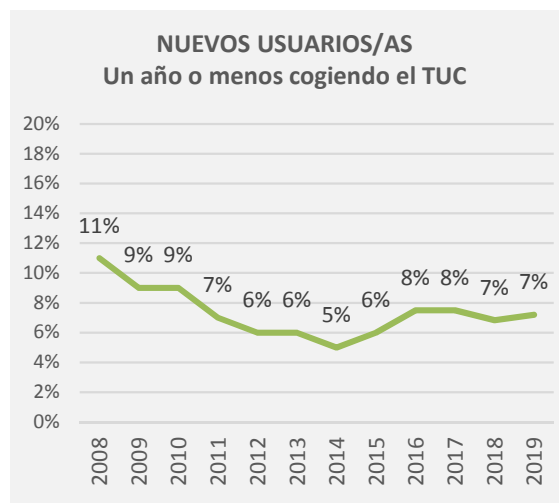


### 1.4. NUEVOS USUARIOS Y USUARIAS DEL T.U.C.

En noviembre de 2019, el **7%** de las personas usuarias del TUC llevaban utilizando el servicio un año o menos tiempo. Este porcentaje se sitúa entre el 7% y el 8% desde 2016.

#### ¿DESDE CUANDO UTILIZA EL TUC PARA SUS DESPLAZAMIENTOS?

Un año o menos (NUEVO USUARIO/A)	7%
Entre 1 y 5 años	15%
Seis o más años	71%
Utiliza TUC muy poco o nada	7%
<b>TOTAL PERSONAS USUARIAS TUC</b>	<b>100%</b>



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

<b>LUGAR DE ORIGEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El <b>59%</b> llevan viviendo en Pamplona o Comarca menos de 2 años, el 45% menos de un año.</li> <li>El 71% son oriundos de fuera del ámbito de la Mancomunidad, de otros países (58%), de otras comunidades autónomas (9%) y del resto de Navarra (4%).</li> <li>Aumenta significativamente el porcentaje de nuevos usuarios y usuarias de origen extranjero, del 26% (2015–2016), 40% (2017–2018) al 58% (2019).</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Los nuevos usuarios y usuarias son <b>más jóvenes</b> que la media, el 35% tienen entre 25 y 34 años, frente al 14% en el conjunto de la red.</li> <li>Hay una <b>mayor proporción de estudiantes</b>, suponen el 14% frente al 11% en la red, y en situación laboral parada, el 15% frente al 7% de la red.</li> <li>La distribución por sexo es la misma que en el conjunto de la red.</li> </ul>
<b>HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cogen el TUC con <b>mayor frecuencia semanal</b>, el 87% cogen el TUC todos o casi todos los días frente al 74% de media en la red.</li> <li>En los motivos de viaje tiene un <b>mayor peso el Trabajo</b>, 47% en los nuevos usuarios frente al 39% en la red, y los estudios, el 16% frente a 11% en la red.</li> <li>El 60% de los nuevos usuarios y usuarias <b>son cautivas</b> en cuanto que no podían realizar el viaje en coche o moto, frente al 42% de media en la red.</li> </ul>

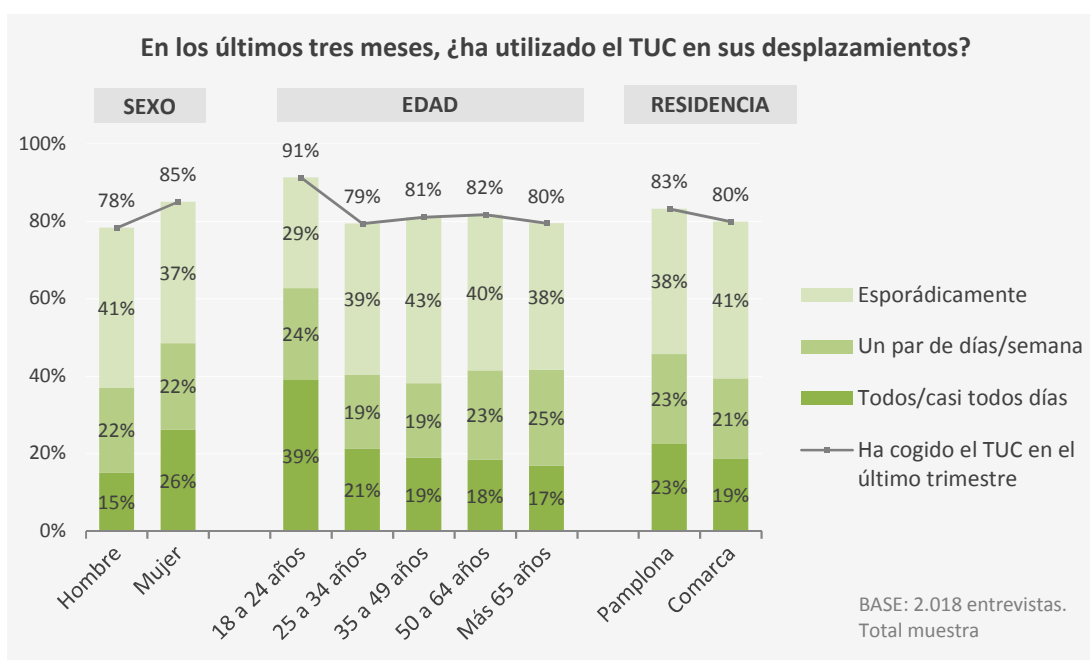
### 1.5. USO DEL T.U.C. ENTRE LA POBLACIÓN DE PAMPLONA Y COMARCA

En las encuestas que realiza la Mancomunidad/SCPSA a lo largo del año sobre muestras representativas de la población residente en Pamplona y Comarca para recoger la opinión ciudadana sobre los servicios que presta, se pregunta si han utilizado el TUC en los últimos tres meses y con qué frecuencia semanal. Estas encuestas se realizan en mayo o junio y tienen un tamaño de muestra entre 1.000 y 2.000 entrevistas. En 2019 no se recogió este dato y los resultados que se muestran corresponden a la medición de 2018.

En junio de 2018, el **82% de la población residente en Pamplona y Comarca ha cogido el autobús urbano en los últimos tres meses**. El 21% lo cogen todos o casi todos los días, otro 22% un par de días a la semana y el 39% de forma esporádica.

El 85% de las mujeres han cogido el TUC en el último trimestre, frente al 78% de los hombres, y más de una cuarta parte de las mujeres lo cogen todos o casi todos los días.

Cogen el TUC en mayor medida el grupo de edad más joven (18 a 24 años) y lo hacen también con mayor frecuencia semanal. El resto de grupos de edad cogen el Transporte Urbano con una frecuencia similar.



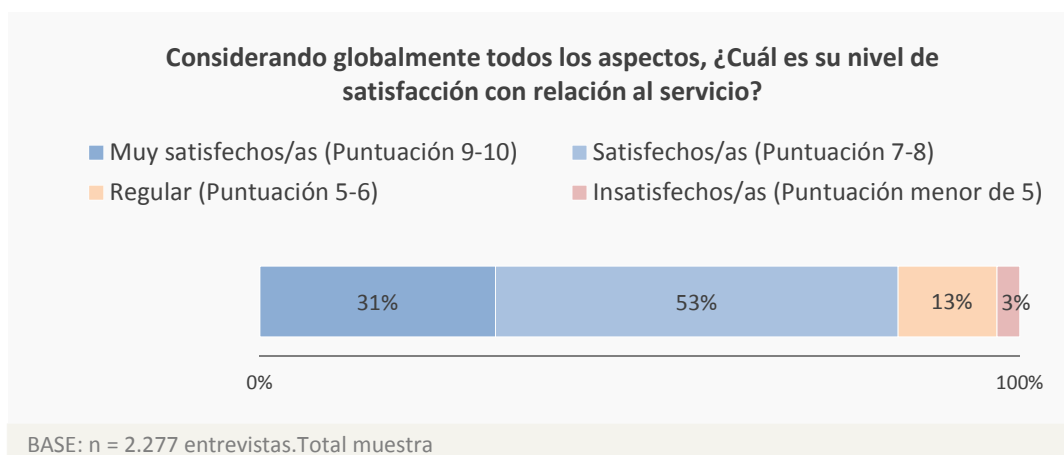
## 2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO

En este estudio se distingue:

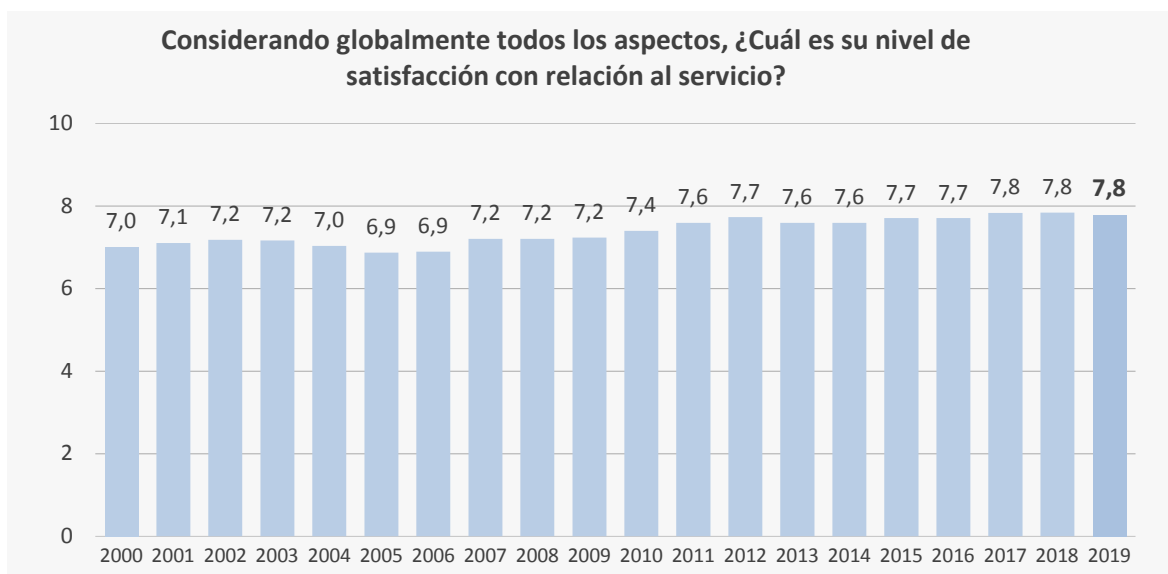
1. Por un lado, la **SATISFACCIÓN GLOBAL autoexpresada**, que es la valoración que las personas usuarias del TUC realizan globalmente del servicio y responde a la pregunta: Considerando globalmente todos los aspectos, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con relación al servicio?
2. Por otro lado, la **satisfacción calculada o CALIDAD PERCIBIDA** que es la valoración que realizan de forma pormenorizada sobre 25 atributos de calidad del servicio. A partir de los valores de satisfacción con los 25 atributos y de la importancia que se concede a cada uno de estos atributos en la calidad del servicio, se calcula el Índice de Satisfacción del Cliente (ISC). Se responde en una escala de 0 a 10.

En 2019, el grado de **SATISFACCIÓN GLOBAL con el Servicio** alcanza un valor de 7,8 sobre 10.

El 84% de las personas usuarias se han mostrado satisfechas con el servicio, puntuando su nivel de satisfacción global con valores de 7 o superiores, el 13% se han mostrado regularmente satisfechas, dando una puntuación de 5 o 6 y el 3% han manifestado su insatisfacción puntuado con menos de 5 sobre un máximo de 10.



En la **SERIE HISTÓRICA** que recoge la Satisfacción Global con el servicio se observa una tendencia sostenida desde 2015 y alcanza en las tres últimas mediciones el valor más elevado.



Con el objetivo de identificar el perfil de los usuarios y usuarias con mayor y menor grado de satisfacción global con el servicio, se ha cruzado esta puntuación con las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de las personas usuarias.

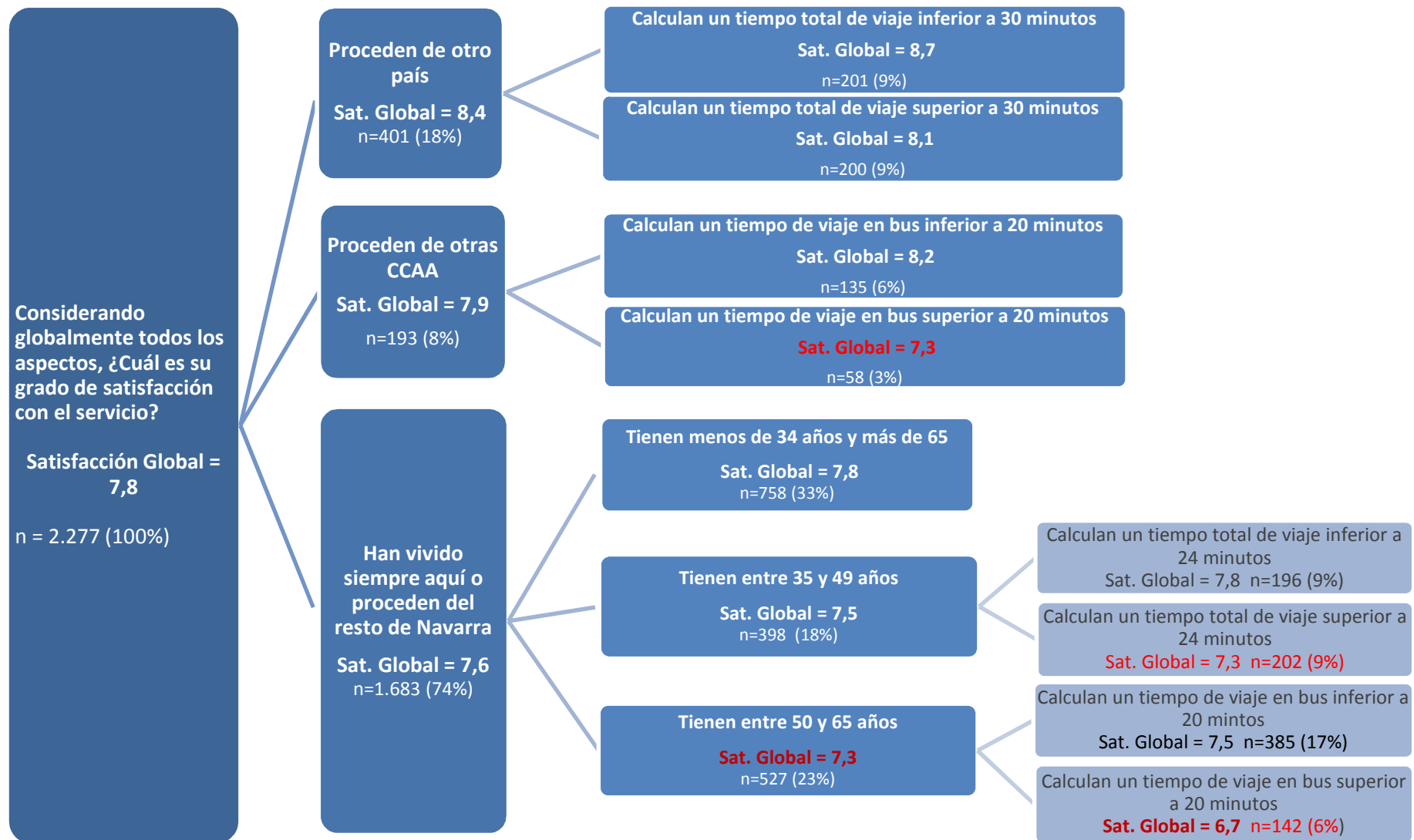
<b>MUESTRAN UN MAYOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL</b>	<b>MUESTRAN UN MENOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús inferior a 20 minutos (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús superior a 21 minutos (7,5)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo total de viaje inferior a 30 minutos (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo total de viaje superior a 30 minutos (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utilizan el servicio entre las 10 y las 14 horas y entre las 5 y las 7 de la tarde (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Utilizan el servicio a primera hora de la mañana, de 7 a 9, (7,4) y a última hora de la tarde, de 9 a 10:30 de la noche (7,4)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Usan el servicio con poca frecuencia, menos de 35 viajes al mes (7,9), y con mucha frecuencia, más de 85 viajes al mes (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan que realizan entre 45 y 65 viajes al mes (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pagan el viaje con tarifa para mayores de 65 años (7,9) y con Tarifa F (8,2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Pagan el viaje con abonos 30 días (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevan menos de seis años viviendo en Pamplona o Comarca (8,5) y su origen es extranjero (8,4)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Siempre han vivido en Pamplona o Comarca (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nuevos usuarios y usuarias (8,4) o llevan menos de 15 años utilizando el TUC (8,0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevan más de 16 años utilizando el TUC (7,9)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No podían realizar el viaje en coche o moto (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tenían alternativa para realizar el viaje en coche o moto (7,7)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tienen menos de 35 años (8,0) y más de 65 años (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tienen entre 50 y 64 años (7,5)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Han cursado estudios primarios (8,0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Han cursado estudios universitarios (7,6)</li> </ul>

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 agrupa a las personas usuarias principalmente en función de su lugar de origen, la edad y el tiempo de viaje. Este análisis arroja **tres grupos diferenciados**:

1. Las **PERSONAS USUARIAS DE ORIGEN EXTRANJERO con un grado de satisfacción global con el servicio muy elevado (8,4)** y suponen el 18% del conjunto de la red. En este grupo el análisis arroja dos subgrupos según el tiempo que calculan para el viaje: quienes calculan un tiempo total de viaje inferior a 30 minutos, registran una puntuación de satisfacción global muy elevada (8,7), y quienes calculan un tiempo total de viaje superior a 30 minutos, registran una satisfacción global de 8,1.
2. **PROCEDENTES DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS, puntúan su satisfacción global con 7,9** y también se distinguen dos grupos dependiendo del tiempo que calculan para el viaje. Quienes calculan un tiempo de viaje en bus inferior a 20 minutos puntúan su satisfacción global con 8,2, mientras quienes calculan un tiempo de viaje en bus superior a 20 minutos su satisfacción global desciende significativamente hasta 7,3.
3. **SIEMPRE HAN VIVIDO EN PAMPLONA O COMARCA (68%) O PROCEDEN DEL RESTO DE NAVARRA (6%), con un grado de satisfacción global de 7,6.**

En este numeroso grupo el grado de satisfacción global con el servicio depende de **la edad** de las personas usuarias y **del tiempo que calculan para el viaje. Se distinguen tres subgrupos**:

- En el primer grupo se ubican los **GRUPOS DE EDAD MÁS JOVEN Y EL DE MÁS EDAD**, quienes tiene menos de 34 años y tienen más de 65 años. Muestran un grado de satisfacción más elevado (7,8) y suponen una tercera parte de las personas usuarias del TUC. En este gran grupo el análisis no arroja subgrupos.
- El segundo grupo agrupa a quienes **TIENEN ENTRE 35 Y 49 AÑOS**, puntúan su satisfacción global con 7,5 y suponen el 18% de la red. En este grupo se distinguen claramente dos grupos en función del tiempo de viaje: quienes calculan un tiempo total de viaje inferior a 24 minutos muestran una satisfacción global más elevada (7,8) y quienes calculan un tiempo total de viaje superior a 24 minutos muestran una satisfacción global significativamente menor (7,3).
- El tercer grupo está compuesto por los usuarios y usuarias que **TIENEN ENTRE 50 Y 65 AÑOS**, muestran un menor grado de satisfacción global con el servicio (7,3) y suponen cerca de una cuarta parte del conjunto de la red. Nuevamente su grado de satisfacción con el servicio está relacionada con el tiempo de viaje, quienes calculan un tiempo de viaje en bus inferior a 20 minutos puntúan su satisfacción global con 7,5 y quienes calculan un tiempo de viaje en bus superior a 20 minutos la puntúan con 6,7.



### 3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

En el análisis estratégico se tienen en cuenta, por una parte, el **grado de satisfacción con 25 atributos** de calidad del servicio y, por otra, **la importancia** que se atribuye a cada uno de estos atributos en la calidad del servicio. Tanto el grado de satisfacción como el grado de importancia se miden en escala de 0 a 10.

A partir de los valores de satisfacción ponderados por su importancia, 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 las personas usuarias en grupos de discusión en estudios cualitativos realizados en 1999 y 2007. Estos atributos están agrupados 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 los que las personas usuarias conceden una **MAYOR IMPORTANCIA** son:

1. Seguridad en los autobuses (ausencia de altercados y vandalismo)
2. Seguridad en las paradas (seguridad para coger o bajarse del autobús)
3. Autobuses limpios y bien cuidados
4. Información sobre horarios y frecuencias
5. Red que permita acceder a todas las zonas
6. Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias
7. Conducción adecuada, sin frenazos ni brusquedad, ágil pero no peligrosa
8. Horario de servicio amplio (empiezan pronto por la mañana y terminan tarde por la noche)
9. Frecuencia de paso del servicio
10. Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones

En general, las mujeres dan puntuaciones de importancia algo más elevadas que los hombres a todos los atributos. En los 10 atributos con mayor puntuación de importancia, usuarios y usuarias comparten seis atributos. En las usuarias, la Conducción sin brusquedad, ágil pero no peligrosa, Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones, Red que permita acceder a todas las zonas y la Contaminación atmosférica de los autobuses se sitúan entre los 10 más importantes. Los usuarios sitúan entre los 10 primeros puestos la Frecuencia de paso, la Facilidad de acceso al autobús, la Claridad en la información y la Conexión con otras líneas.

**PUNTUACIONES DE IMPORTANCIA**

Atributos de calidad ordenados de mayor a menor importancia

Media valores de importancia = 8,8



BASE: 2.277 entrevistas. Total muestra



### 3.2. CALIDAD PERCIBIDA

En el análisis de la satisfacción con los 25 atributos de calidad, los atributos que obtienen **NIVELES DE SATISFACCIÓN MÁS ELEVADOS** son:

1. Facilidad de acceso al autobús (8,4)
2. Paradas bien ubicadas y en número suficiente (8,4)
3. Seguridad en las paradas (8,3)
4. Seguridad en los autobuses (ausencia de altercados, vandalismo, etc.) (8,3)
5. Autobuses limpios y bien cuidados (8,1)
6. Paradas limpias y cuidadas (8,1)
7. Flota de autobuses moderna (8,1)

Las variables con **NIVELES DE SATISFACCIÓN MÁS BAJOS** son:

20. Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias (7,4)
21. Puntos de recarga tarjetas (7,4)
22. Conducción adecuada, sin frenazos ni brusquedad, ágil pero no peligrosa (7,4)
23. Precio del viaje (7,3)
24. Sistema de reclamaciones y quejas ágil y eficaz (7,0)
25. Refuerzos en hora punta para evitar saturaciones (6,9)

En 2019, el **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC)**, cálculo de la media de los valores de satisfacción con los 25 atributos ponderada por la importancia que se da a cada uno de los atributos en la calidad del servicio, **alcanza un valor de 7,8 sobre 10**.



### PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN

Atributos de calidad ordenados de mayor a menor satisfacción

Media valores de satisfacción (ISC)= 7,8



BASE: 2.277 entrevistas. Total muestra

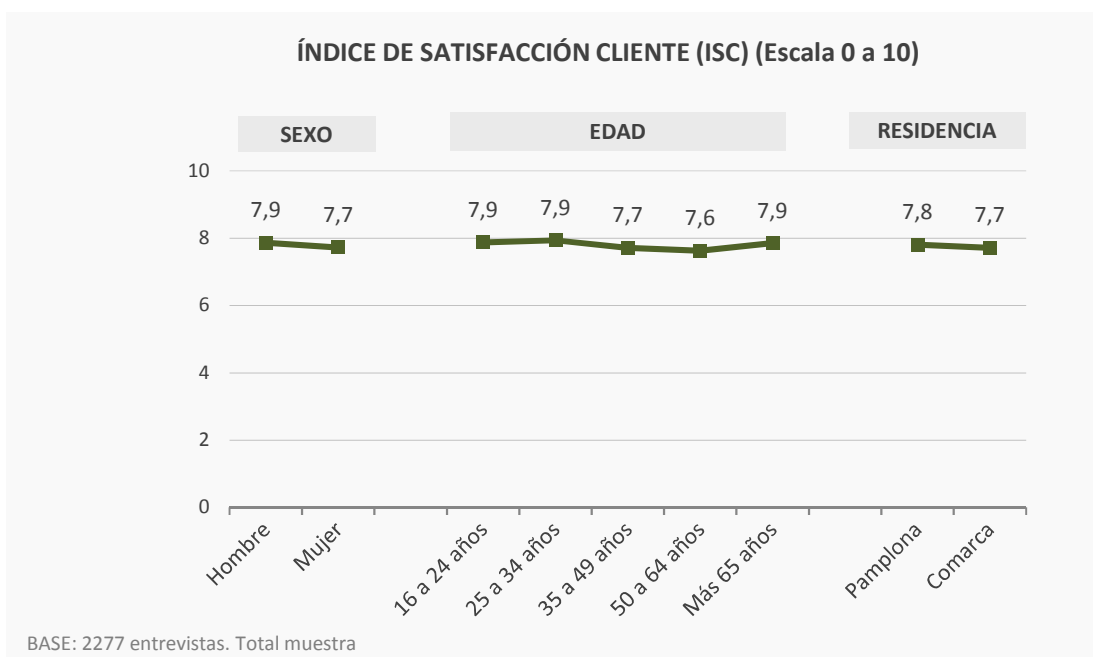
El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** es más elevado en los usuarios (7,9) que en las usuarias (7,7).

Los atributos en los que se observa una peor valoración comparativa por parte de las usuarias son: el Precio, los Refuerzos, la Accesibilidad al bus, la Amabilidad, la Comodidad en el viaje y la Seguridad.

Atributos	Usuarías	Usuarios
Precio del viaje	7,2	7,6
Refuerzos para evitar saturaciones	6,8	7,2
Facilidad de acceso al bus	8,3	8,6
Amabilidad en el trato	7,9	8,2
Se viaja de forma cómoda, no apretados	7,5	7,8
Conducción sin brusquedad	7,3	7,5
Seguridad en autobuses y paradas	8,2	8,5

También se observan diferencias significativas según la edad de las personas usuarias. Quienes tienen edades intermedias, entre 35 y 49 años, y especialmente, entre 50 y 64 años, valoran comparativamente peor la mayor parte de los aspectos del servicio.

Por zona de residencia, Pamplona o municipios de la Comarca, apenas se observan diferencias significativas. Los únicos atributos en los que las diferencias alcanzan significación estadística son la Frecuencia de paso de la línea y la Duración del viaje en autobús, con una peor valoración por parte de quienes residen en la Comarca.



### 3.3. EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

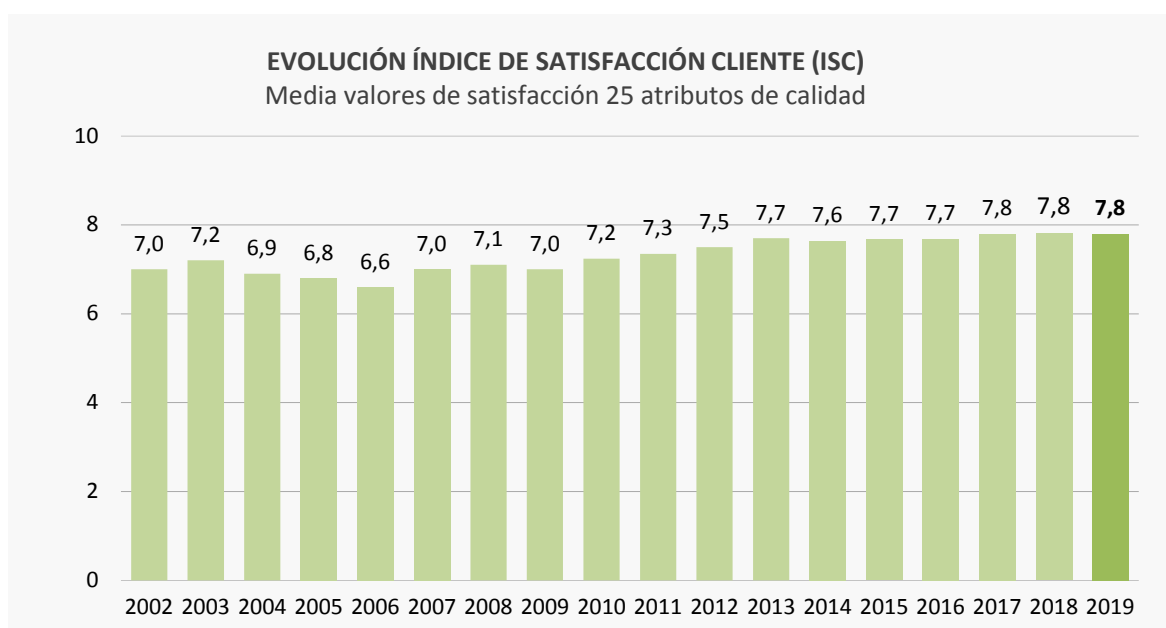
Respecto a 2018, la mayor parte de los factores y variables de calidad mantienen sus valores de satisfacción y las diferencias respecto a la medición anterior alcanzan significación estadística únicamente en la peor valoración de la Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias y de la Información sobre horarios y frecuencias de paso. La medición de 2019 coincidió con el cambio tecnológico en la información de horarios y frecuencias en el SAEI.

En 2019, sigue mejorando la puntuación de satisfacción con el Precio, continuando la tendencia al alza observada desde que se implantaron los abonos 30 días en junio de 2015: 6,2 (2014), 6,4 (2015), 6,6 (2016), 7,0 (2017), 7,2 (2018), 7,3 (2019).

**PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN ATRIBUTOS DE CALIDAD**  
Diferencias significativas 2018 – 2019

	2018	2019
Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias	7,8	7,4
Información sobre horarios y frecuencias	8,0	7,7
Refuerzos en horas punta para evitar saturaciones	7,1	6,9

El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** mantiene una tendencia sostenida desde 2015 y en las tres últimas mediciones alcanza el valor más elevado.



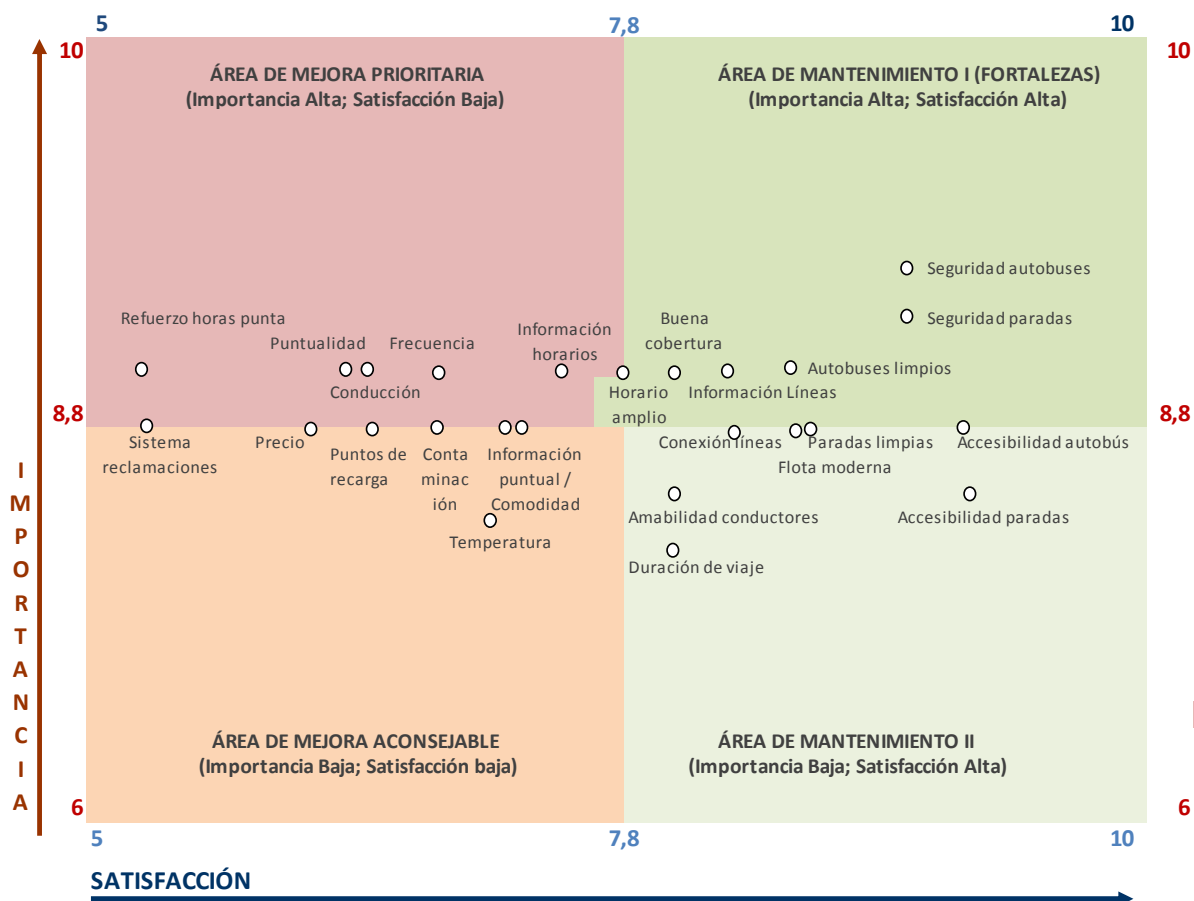
## EVOLUCIÓN NIVELES DE SATISFACCIÓN

FACTORES Y VARIABLES DE CALIDAD	PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN											
	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
<b>OFERTA DE SERVICIO</b>	<b>6,8</b>	<b>6,8</b>	<b>7,1</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,5</b>	<b>7,5</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,6</b>
Buena cobertura a todas las zonas	7,2	7,2	7,4	7,4	7,7	7,8	7,9	8,0	7,8	8,1	8,0	7,9
Horario de servicio amplio	7,1	7,3	7,3	7,6	7,7	7,9	7,9	7,9	7,8	8,0	7,9	7,8
Frecuencia de paso del servicio	6,8	6,8	7,1	7,2	7,4	7,7	7,6	7,6	7,6	7,6	7,7	7,5
Refuerzos en horas punta para evitar saturaciones	6,5	6,2	6,9	7,0	7,2	7,5	7,3	7,2	7,2	7,1	7,1	6,9
Conexión con otras líneas	7,2	7,1	7,4	7,6	7,7	7,9	7,8	7,9	7,8	8,0	8,0	8,0
Precio del viaje	6,2	5,9	6,2	6,0	6,1	6,2	6,2	6,4	6,6	7,0	7,2	7,3
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,5</b>	<b>7,7</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>	<b>7,9</b>	<b>7,9</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>	<b>8,0</b>
Paradas bien ubicadas y suficientes	7,6	7,5	7,8	7,9	8,1	8,4	8,4	8,3	8,3	8,4	8,3	8,4
Facilidad de acceso al autobús (fácil subir/silletas, etc.)	7,6	7,6	7,7	7,9	8,0	8,4	8,3	8,3	8,3	8,4	8,3	8,4
Puntos de recarga de tarjetas	6,6	6,7	6,7	6,7	7,0	7,0	6,9	7,1	7,2	7,3	7,4	7,4
<b>INFORMACIÓN</b>	<b>7,2</b>	<b>7,1</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>	<b>7,6</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,7</b>	<b>7,9</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>
Claridad sobre líneas y recorridos	7,4	7,3	7,6	7,6	7,8	8,0	8,1	8,1	8,0	8,2	8,1	8,0
Información horarios y frecuencias	7,3	7,2	7,6	7,4	7,7	7,9	7,9	7,9	7,8	7,9	8,0	7,7
Información cambios servicio	7,0	6,8	7,2	7,2	7,4	7,6	7,5	7,5	7,5	7,6	7,5	7,6
<b>DURACIÓN</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>	<b>7,6</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,9</b>	<b>7,7</b>
Duración del viaje en autobús	7,0	7,1	7,3	7,5	7,6	8,0	7,8	7,9	7,8	8,0	8,0	7,9
Puntualidad horarios/frecuencias	6,8	6,8	7,1	7,4	7,6	7,8	7,8	7,8	7,8	7,6	7,8	7,4
<b>CALIDAD ATENCIÓN</b>	<b>6,9</b>	<b>6,6</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,6</b>	<b>7,6</b>	<b>7,6</b>	<b>7,6</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>
Atención de reclamaciones ágil	6,6	5,8	6,9	6,3	6,9	7,5	7,5	7,3	7,3	7,1	7,1	7,0
Amabilidad trato del conductor	7,1	7,0	7,1	7,5	7,5	7,7	7,7	7,7	7,7	7,9	7,9	7,9
<b>CONFORT</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>	<b>7,5</b>	<b>7,7</b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>	<b>7,7</b>	<b>7,9</b>	<b>7,9</b>	<b>7,8</b>
Flota de autobuses moderna	7,6	7,4	7,4	7,6	7,7	7,7	7,6	7,8	7,9	8,2	8,2	8,1
Autobuses limpios y bien cuidados	7,6	7,5	7,4	7,6	7,7	7,9	7,7	7,8	8,0	8,3	8,3	8,1
Se viaja cómodo, no apretados	7,0	7,1	7,0	7,4	7,6	7,5	7,3	7,4	7,5	7,6	7,7	7,6
Temperatura adecuada en el bus	7,1	6,9	7,1	7,1	7,2	7,4	7,2	7,2	7,5	7,7	7,6	7,6
Conducción sin brusquedad	6,6	6,6	6,8	6,9	7,2	7,4	7,1	7,2	7,2	7,2	7,3	7,4
Paradas limpias y cuidadas	7,6	7,6	7,6	7,7	7,8	8,1	8,1	8,0	8,0	8,2	8,2	8,1
<b>SEGURIDAD</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>8,0</b>	<b>8,1</b>	<b>8,3</b>	<b>8,4</b>	<b>8,4</b>	<b>8,2</b>	<b>8,4</b>	<b>8,4</b>	<b>8,3</b>
Seguridad en los autobuses (ausencia altercados, vandalismo)	7,7	7,7	7,7	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4	8,2	8,4	8,4	8,3
Seguridad en las paradas											8,3	8,3
<b>IMPACTO MEDIO AMBIENTE</b>	<b>7,0</b>	<b>6,9</b>	<b>7,2</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>	<b>7,5</b>	<b>7,6</b>	<b>7,5</b>	<b>7,3</b>	<b>7,8</b>	<b>7,6</b>	<b>7,5</b>
Contaminación atmosférica del bus	7,0	6,9	7,2	7,1	7,3	7,5	7,6	7,5	7,3	7,8	7,6	7,5
<b>ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTE</b>	<b>7,1</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,5</b>	<b>7,7</b>	<b>7,6</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>	<b>7,8</b>

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

De acuerdo con los valores medios de importancia y de satisfacción se ubican los 25 atributos de calidad en las siguientes **ÁREAS DE INTERVENCIÓN**:

**ÁREAS 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 25 que contempla este estudio**. La mayoría de los atributos 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.

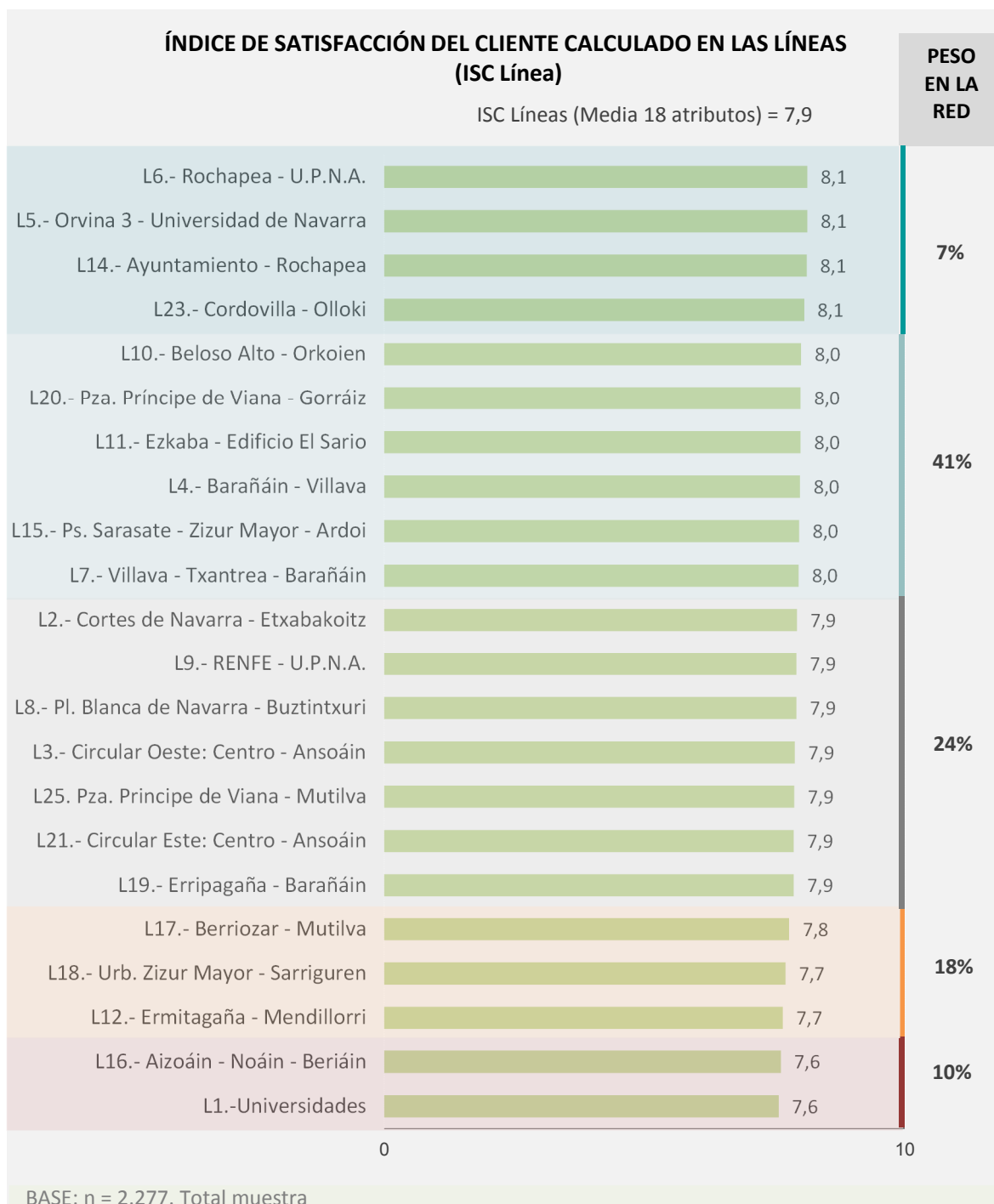
Se recalcula el Índice de Satisfacción del Cliente con los 18 atributos específicos de la línea en la que se ha realizado el viaje (**ISC Línea**) y **en 2019 arroja un resultado global de 7,9 sobre 10 para el conjunto de la red**. Es algo más elevado que el ISC calculado con los 25 atributos del sistema de calidad (7,8).

Para cada una de las líneas se calcula el **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE PARA LA LÍNEA (ISC Línea)**:

- Líneas que han registrado un **ISC Línea por DEBAJO DEL ÍNDICE MEDIO DE LA RED**:

La línea **L1** (Universidades) y la **L16** (Aizoáin – Noáin – Beriáin) con un **ISC Línea = 7,6 son las peor valoradas de la red**. También se sitúan por debajo del valor medio, las líneas **L12** (Ermitagaña–Mendillorri) y **L18** (Urbanización Zizur Mayor – Sarriguren) con un **ISC Línea = 7,7** y la línea **L17** (Berriozar - Mutilva) con un **ISC Línea = 7,8**. El conjunto de estas líneas abarcan el 28% de los viajes de la red.

- En la **MEDIA DE LA RED, con un ISC Línea = 7,9** se encuentran siete líneas, las líneas **L19, L21, L25, L3, L8, L9, y L2**, y abarcan el 24% de los viajes de la red.
- **Por ENCIMA DEL ÍNDICE MEDIO DE LA RED, con un ISC Línea = 8 o superior**, se encuentran 10 líneas, las líneas **L7, L15, L4, L11, L20, L10, L23, L14, L5 y L6**. Estas líneas suponen el 48% de los viajes de la red.





## 5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

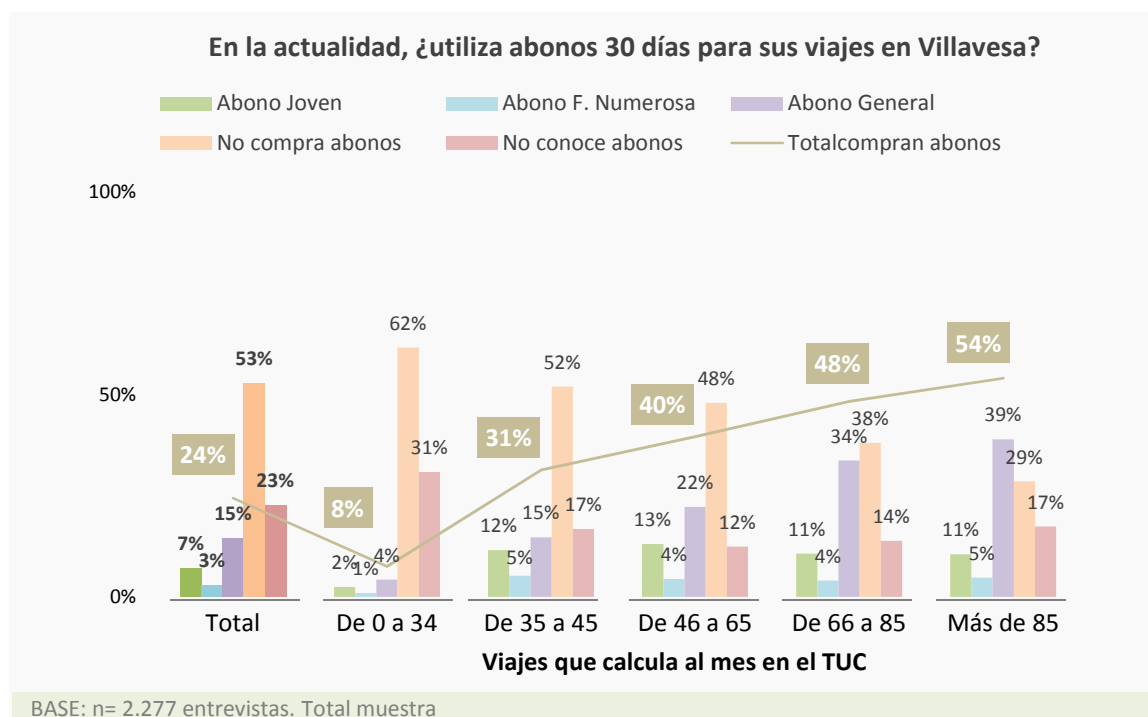
### 5.1. EL SISTEMA TARIFARIO

En este apartado se analizan la notoriedad y el grado de penetración de los abonos 30 días entre las personas usuarias del TUC. Asimismo, se recoge el nivel de conocimiento y uso de la Tarifa F para familias perceptoras de la Renta de Inclusión Social (RIS).

**El 77% de las personas usuarias del TUC han visto u oído información sobre los abonos 30 días,** este porcentaje alcanza el 85% si calculan que hacen más de 65 viajes al mes.

**El 24% de las personas usuarias del Transporte Urbano compran habitualmente abonos 30 días.** El 15% compran abonos 30 días de modalidad general, el 7% el abono joven para menores de 30 años y el 3% el abono para familias numerosas.

Quienes realizan más de 65 viajes al mes, suponen el 18% de las personas usuarias del TUC, el 51% compran abonos mensuales, el 36% compran el abono de modalidad general, el 11% el abono joven y el 4% el abono para familias numerosas.



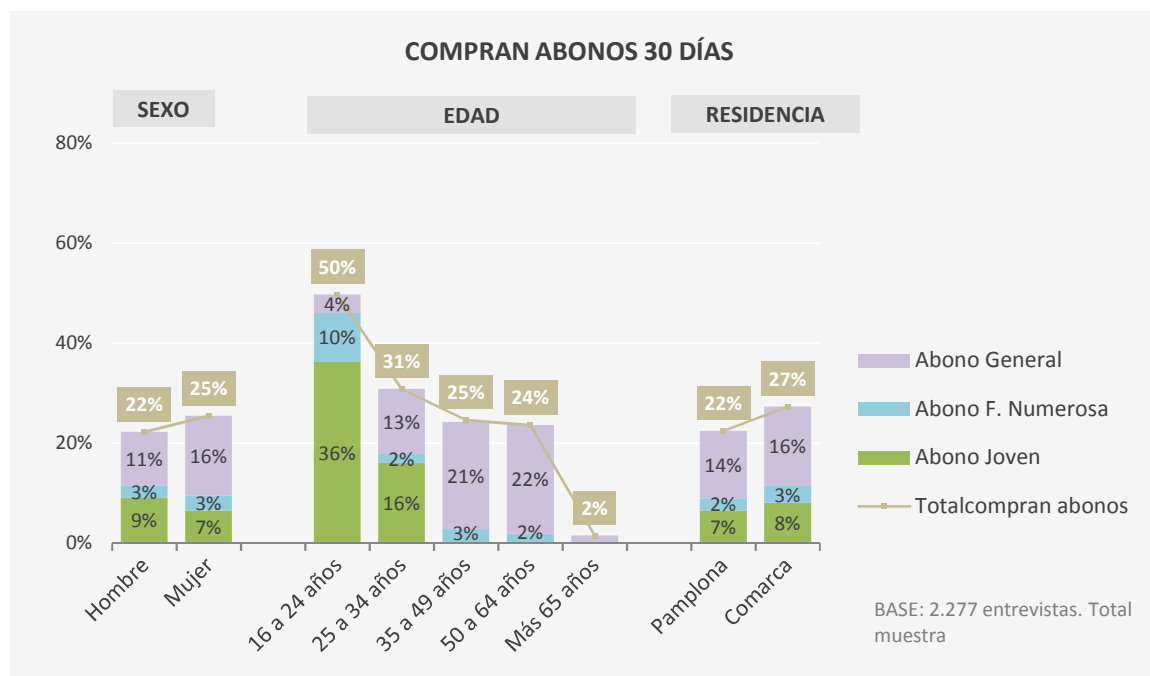
Se observan diferencias significativas en la compra de abonos 30 días según **las características demográficas de las personas usuarias**.

**Los abonos 30 días tienen una especial aceptación en el grupo de edad más joven.** Sólo el 8% de las personas usuarias entre 16 y 24 años desconocen los abonos y el 50% compran habitualmente abonos mensuales. El 36% compran el abono joven y el 10% el abono familia numerosa. Hay que advertir que en esta encuesta la compra del abono joven está infrarrepresentada ya que se entrevistó a las personas usuarias del servicio mayores de 16 años.

La compra de abonos disminuye bruscamente a partir del grupo de edad más joven, del 50% al 31% en el grupo de 25 a 34 años y al 25% en el grupo de 35 a 49 años. A los mayores de 65 años, con su tarjeta específica, no les resulta rentable los abonos mensuales.

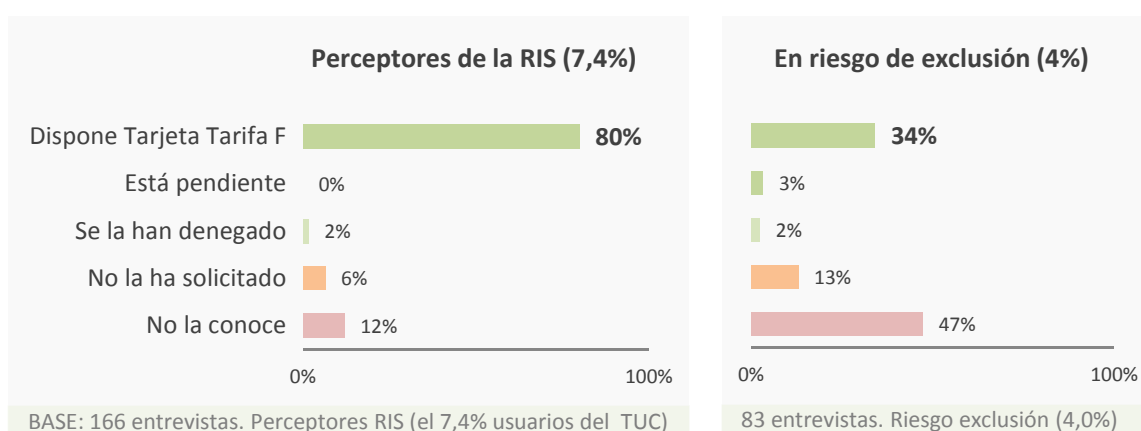
**Según el sexo,** el 25% de las usuarias compran abonos, el 16% el abono general, el 3% de familia numerosa y el 7% el abono joven. En los usuarios, el 22% compran abonos y compran en mayor medida el abono joven.

En cuanto al **lugar de residencia,** los abonos 30 días tienen una mayor penetración entre quienes residen en la Comarca, el 27% compran abonos habitualmente, frente al 22% de quienes residen en Pamplona.



El 7,4% de las personas usuarias del TUC pertenecen a FAMILIAS PERCEPTORAS DE LA RIS y otro 4%, sin ser perceptores de la RIS, están en el baremo de ingresos establecido para situaciones de riesgo de exclusión social.

Entre las personas perceptoras de la RIS, el 80% disponen de la tarjeta con Tarifa F y el 12% no conocen su existencia. Entre quienes se encuentran en situación de riesgo de exclusión social, el 34% disponen de tarjeta con tarifa F y el 47% no la conocen. Quienes **disponen de tarjeta con Tarifa F suponen el 7% de las personas usuarias del TUC**, el mismo porcentaje que en 2017 y 2018. No se observan diferencias significativas por sexo, edad o si residen en Pamplona o Comarca.



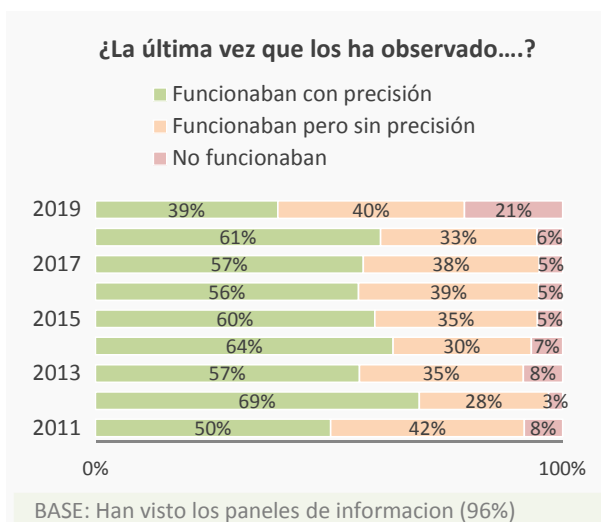
## 5.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFORMACIÓN DEL TUC

La encuesta de 2019 coincidió con la renovación tecnológica del SAEI y en el momento de realizar las entrevistas no estaba en funcionamiento la información a tiempo real del tiempo de llegada del bus, únicamente estaban disponibles los horarios teóricos.

Prácticamente la totalidad de las personas usuarias del TUC, **el 97%, han visto los paneles de información SAEI** en las paradas que informan del tiempo de llegada del autobús. Entre las que los han visto:

- El 39% opinan que funcionan con precisión
- El 40% que funcionan, pero con poca precisión
- El 21% opinan que no funcionan.

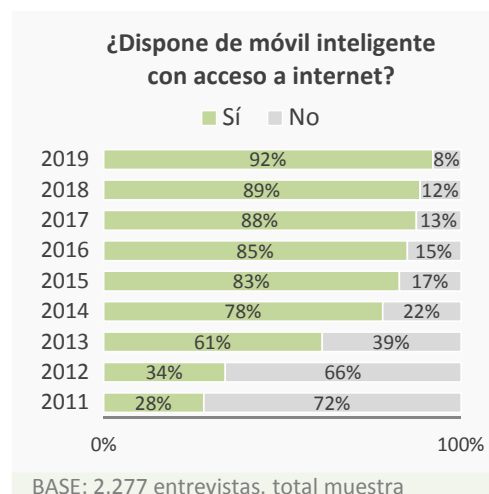
La percepción sobre el funcionamiento de los paneles de información en paradas (SAEI) sobre el tiempo de llegada del bus **está afectada por el funcionamiento parcial del sistema.**



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

En 2019, el **92%** de las personas usuarias del TUC disponen de móvil tipo Smartphone con acceso a internet. El 88% tienen contratada una tarifa de datos, plana (65%) o mensual (24%).

Disponen de móvil con acceso a internet el 93% de las mujeres usuarias del TUC y el 91% de los usuarios. La brecha por edad es acusada, disponen de este tipo de teléfonos por encima del 97% de los usuarios y usuarias que tienen menos de 45 años, el 94% de quienes tienen entre 50 y 64 años y el 72% de las mayores de 65 años.



El 58% de las personas usuarias del servicio saben que pueden consultar en **GOOGLE TRANSIT** los recorridos y horarios del TUC y el **33% han realizado este tipo de búsquedas**. Se mantiene el porcentaje de personas usuarias que conocen este canal de información y, entre las que lo conocen, se mantiene el porcentaje de aquellas que lo utilizan con frecuencia o en ocasiones.

Entre las personas entrevistadas que realizan estas consultas, el **96% lo han hecho en el teléfono móvil** y sólo el 7% en el ordenador. El 63% opinan que el resultado de la consulta es fiable con bastante precisión. Este resultado se ha visto afectado por el cambio tecnológico que se estaba implementando en el momento de realizar la entrevista.

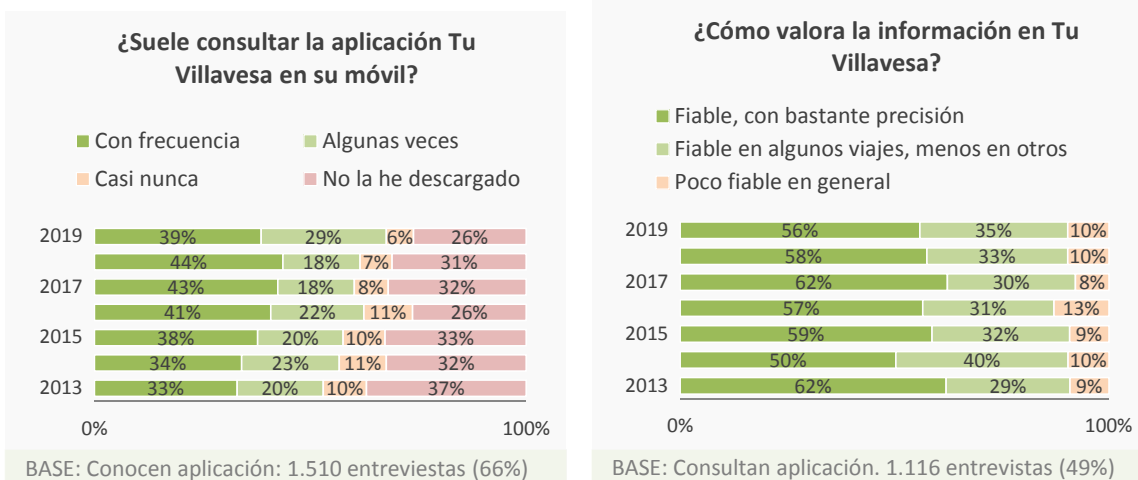
El **36% de las personas usuarias HAN CONSULTADO EN EL ÚLTIMO AÑO LA WEB DEL TUC** para buscar información sobre el servicio, recorridos, horarios, incidencias, etc. El 83% de estas consultas se realiza desde el móvil.

Entre quienes realizan consultas en la Web del TUC, al 88% les ha resultado sencillo su manejo. El 71% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre recorridos y el 68% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre horarios.

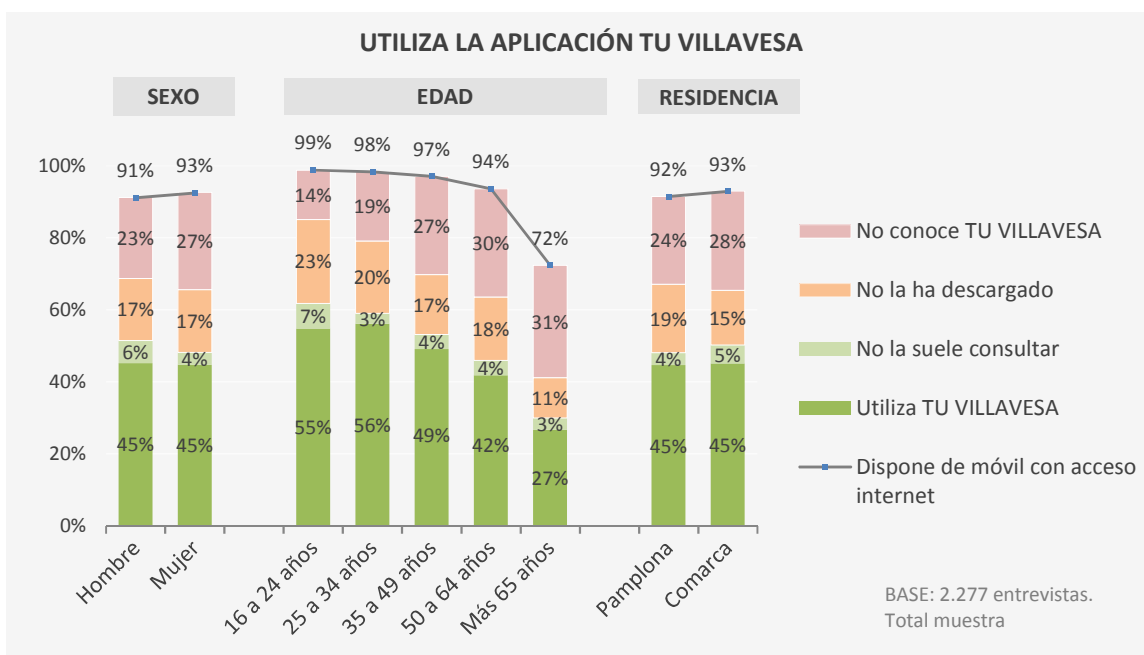


El 66% de las personas usuarias del TUC conocen la **APLICACIÓN TU VILLAVESA**, el 72% entre quienes tienen móvil con acceso a internet. Entre quienes la conocen, el 39% la consultan con frecuencia, el 29% algunas veces y el 6% nunca. Más de una cuarta parte no se la han descargado.

Entre quienes consultan la información TU VILLAVESA, el 56% consideran que es fiable con bastante precisión, el 35% que es fiable en algunos viajes y menos en otros y el 10% que es poco fiable. La coincidencia de la entrevista con el proceso de renovación tecnológica ha afectado en mayor medida al uso de esta aplicación que a la valoración sobre la información que proporciona.



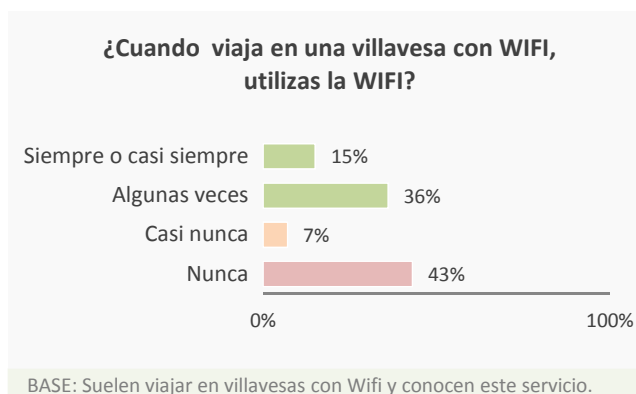
No se observan diferencias significativas en el conocimiento y uso de la aplicación TU VILLAVESA entre mujeres y hombres y las diferencias son muy acusadas según la edad. El desconocimiento de la aplicación es mayor a medida que se avanza en edad, a la par que su uso va descendiendo.



## USO DE LA WIFI GRATUITA EN LOS AUTOBUSES

En 2018, en algunos autobuses se instaló conexión gratuita a internet mediante Wifi y en la encuesta de 2019 se preguntó sobre su uso a quienes disponen de teléfono tipo Smartphone. El 58% conocen que en algunas líneas hay autobuses que disponen de wifi gratuita y el 17% suelen utilizar villavesas que disponen de este servicio.

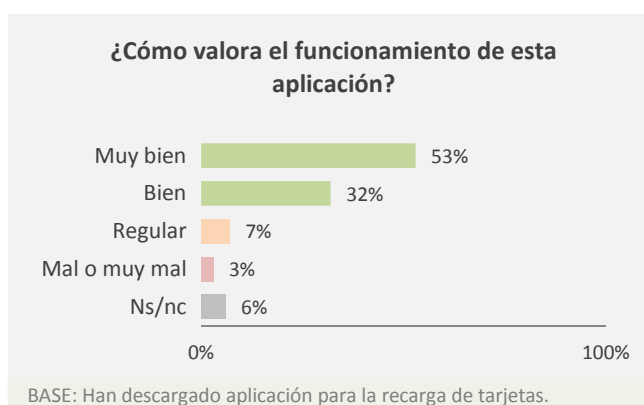
Entre quienes suelen viajar en villavesas con Wifi y conocen su existencia, el 15% hacen un uso intensivo de este servicio, el 36% se conecta a veces y la mitad nunca o casi nunca la usan. Sobre el conjunto de usuarios y usuarias que disponen de Smartphone, el 9% utilizan siempre o algunas veces la conexión wifi de las villavesas.



## APLICACIÓN EN EL MÓVIL PARA LA RECARGA DE TARJETAS.

En septiembre de 2019 se puso en marcha la aplicación para consultar saldos y recargar las tarjetas del TUC en los teléfonos móviles, en un primer momento con sistema Android. El 42% de las personas usuarias del TUC que disponen de Smartphone conocen la aplicación de móvil para recargar las tarjetas y el 12% se la ha descargado en su móvil, el 27% de quienes conocen la aplicación.

Entre quienes se han descargado la aplicación, la valoración sobre su funcionamiento es muy favorable, más de la mitad considera que funciona Muy Bien y otro 32% Bien.



## OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

Desde 2018 se pregunta si en el uso del Transporte Urbano **UTILIZAN O EVITAN ALGUNA PARADA QUE LES RESULTE POCO SEGURAS.**

El 7% de las usuarias afirman que evitan alguna parada por su seguridad, el 3% evitan paradas tanto de día como de noche y el 4% evitan paradas solo de noche. En los usuarios, el 2% evitan paradas tanto de día como de noche y el 1% solo de noche.

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 50% de las personas usuarias del servicio
- No ha cambiado para el 38%
- Ha empeorado algo o mucho para el 5%

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

- Totalmente o en gran medida para el 85% de las personas usuarias del TUC
- A medias para el 12%
- 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 30% de las personas usuarias del servicio
- Normal al 58%
- Barato o Muy Barato al 11%.

Desde la implantación de los abonos 30 días en 2015 se observa **una percepción menos cara del precio respecto a las mediciones anteriores.**



¿Qué le parece el precio que paga por el servicio de transporte urbano?

■ Barato ■ Normal ■ Caro

