



**Mancomunidad**  
Comarca de Pamplona  
Iruñerriko  
Mankomunitatea

## **ESTUDIO DE SATISFACCIÓN 2017**

### **PERSONAS USUARIAS DEL TRANSPORTE URBANO COMARCAL**

**Síntesis de resultados  
Abril 2018**



**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 2017

SÍNTESIS DE RESULTADOS  
Departamento de Comunicación  
Abril 2018



## 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>
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.
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 2017.

**Tamaño de la muestra:** 2.256 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 Diciembre de 2017.

**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 han realizado un total de 5.360 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 proporcionales	Entrevistas realizadas	Factores de ponderación
L1.-Universidades	404.888	1,1%	25	59	<b>0,4274</b>
L2.- c/ Cortes de Navarra - Etxabakoitz	1.182.207	3,3%	74	82	<b>0,8980</b>
L3.- Circular Oeste: Centro - Ansoain	1.496.911	4,1%	93	87	<b>1,0717</b>
L4.- Barañáin - Villava	7.946.147	21,9%	495	380	<b>1,3025</b>
L5.- Orvina 3 - Universidad de Navarra	1.228.893	3,4%	77	89	<b>0,8600</b>
L6.- Rochapea - U.P.N.A.	1.002.705	2,8%	62	78	<b>0,8007</b>
L7.- Villava - Chantrea - Barañáin	3.444.816	9,5%	215	173	<b>1,2403</b>
L8.- Plaza Blanca de Navarra - Buztintxuri	1.257.739	3,5%	78	86	<b>0,9109</b>
L9.- RENFE - U.P.N.A.	1.700.625	4,7%	106	106	<b>0,9993</b>
L10.- Beloso Alto - Orkoien	640.079	1,8%	40	65	<b>0,6134</b>
L11.- Ezcaba - Edificio El Sario	1.953.937	5,4%	122	103	<b>1,1816</b>
L12.- Ermitagaña - Mendillorri	2.440.416	6,7%	152	131	<b>1,1604</b>
L14.- Ayuntamiento - Rochapea	158.162	0,4%	10	45	<b>0,2189</b>
L15.- Paseo de Sarasate - Zizur Mayor	522.275	1,4%	33	60	<b>0,5422</b>
L16.- Aizoáin - Noáin - Beriáin	2.959.385	8,2%	184	150	<b>1,2289</b>
L17.- Mutilva - Artiberri	1.174.895	3,2%	73	82	<b>0,8924</b>
L18.-Urbanización Zizur - Sarriguren	2.977.887	8,2%	185	152	<b>1,2203</b>
L19.- Erripagaña - Barañáin	1.542.014	4,3%	96	105	<b>0,9147</b>
L20.- Plaza Príncipe de Viana - Gorráiz	538.332	1,5%	34	60	<b>0,5589</b>
L21.- Circular Este: Centro - Ansoain	1.228.072	3,4%	76	83	<b>0,9216</b>
L23.- Plaza Príncipe de Viana - Oloki	162.922	0,4%	10	40	<b>0,2537</b>
L25.- Pza. Merindades - Entremuilvas	256.140	0,7%	16	40	<b>0,3989</b>
Acumulado Enero - Diciembre	<b>36.219.447</b>	100,0%	<b>2256</b>	<b>2256</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 los 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 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** en 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 2017 por tercer año se analiza el **conocimiento, uso y valoración del nuevo sistema tarifario** con la implantación de los abonos 30 días y la Tarifa F para familias receptoras de Renta de Inclusión Social (RIS). También se analiza la afección por los cambios realizados en las líneas que van al Centro de Pamplona como consecuencia del Plan de Amabilización.

## 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

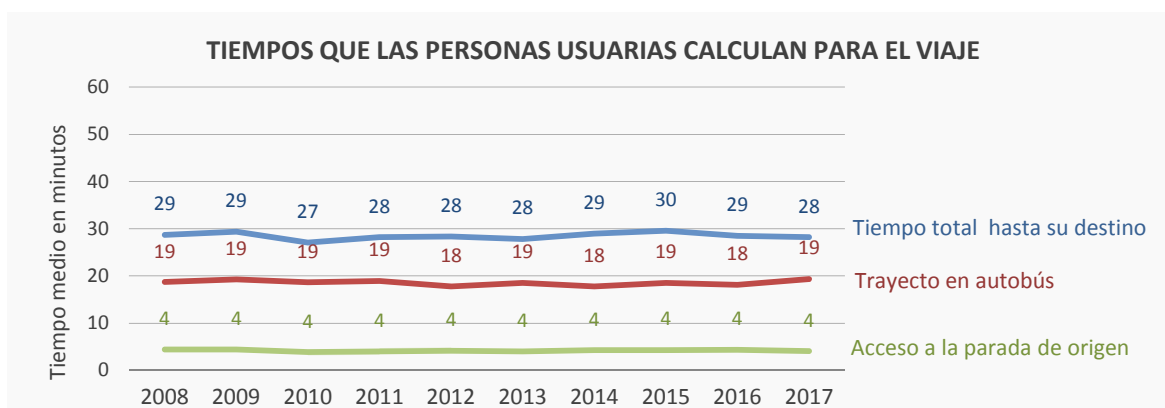
Según las respuestas de los propios usuarios y usuarias del servicio:

- 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 18 minutos. En los residentes en la Comarca es de 22 minutos y en Pamplona de 17 minutos. Hacen trayectos más largos el grupo de edad más joven, el tiempo de trayecto entre quienes tienen de 16 a 24 años es de 22 minutos, en los grupos de 25 a 64 años es de 19 minutos y en el de más de 65 años es de 17 minutos. El tiempo de trayecto en bus es de 19 minutos en los hombres y de 20 minutos en las mujeres.
- 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 85% de las personas usuarias del TUC emplean menos de cinco minutos en acceder a su parada de origen, el 57% emplean entre 0 y 3 minutos. El 15% emplean más de 5 minutos.

Para el 70% de las personas entrevistadas el tiempo de trayecto en autobús ha durado menos de 20 minutos, para el 19% entre 20 y 30 minutos y para el 11% más de 30 minutos.

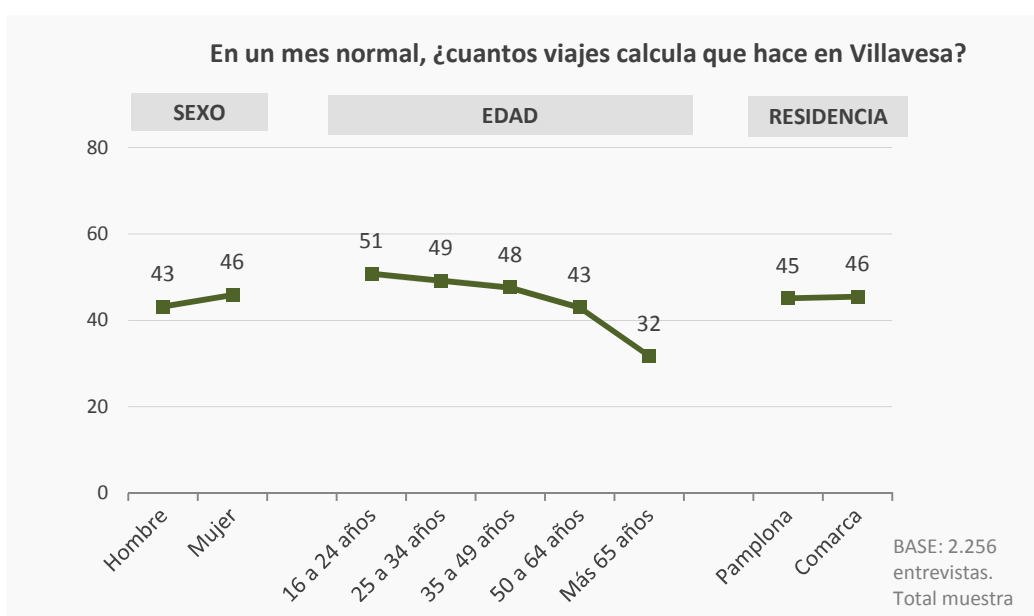
El tiempo total que se suele calcular desde el origen de su viaje a su destino final, teniendo en cuenta el tiempo de acceso a la parada de origen y el tiempo de dispersión de la parada de destino, es inferior a 30 minutos para el 70% de las personas usuarias del servicio, para el 16% es de 31 a 40 minutos y el 14% 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 mensual de 45 viajes en el Transporte Urbano. El 42% calculan que realizan menos de 30 viajes al mes, el 34% calculan entre 30 y 60 viajes al mes y el 24% realizan más de 60 viajes al mes.

La media mensual de viajes desciende de 51 viajes en el grupo de edad más joven a 32 viajes en el grupo de más edad. Las diferencias observadas según el sexo y si residen en Pamplona o en la Comarca no alcanzan significación estadística.



Las mujeres utilizan el TUC en mayor medida que los hombres para ir al trabajo (el 38% frente al 27% en los hombres) y para hacer compras (el 13% frente al 9% en los hombres). Los hombres utilizan el TUC en mayor medida que las mujeres para ir a estudiar (el 19% frente al 14% en las mujeres) y para ocio, deporte, visitas, médicos y gestiones (el 40% frente al 31% en las mujeres).

<b>FRECUENCIA DE USO SEMANAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 77% cogen el TUC todos o casi todos los días laborables</li> <li>El 19% uno o dos días a la semana o varias veces al mes</li> <li>El 4% de forma esporádica.</li> </ul>
<b>INTENSIDAD DE USO en un día normal</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 68% cogen el TUC una o dos veces al día</li> <li>El 26% tres, cuatro o más veces</li> <li>El 6% no suelen coger el TUC</li> </ul>
<b>MOTIVO DEL VIAJE (de origen o destino)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El 50% lo cogen para compras, ocio, gestiones, visitas...</li> <li>El 35% para trabajo</li> <li>el 15% para estudios</li> </ul>

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

En la frecuencia de uso semanal se observa cierto descenso en el porcentaje de quienes usan el servicio con mayor frecuencia, todos o casi todos los días, y un aumento de quienes cogen uno o dos días a la semana o varias veces al mes.

En cuanto a la intensidad de uso en un día normal, aumenta el peso de quienes cogen el bus una o dos veces al día, del 61% (2014) al 68% (2017), en detrimento de quienes cogen tres o más veces al día, del 32% (2014) al 26% (2017).

En los motivos del viaje, en la medición de 2017 ha perdido peso de forma significativa el motivo de viaje por trabajo, ha ido perdiendo importancia de forma progresiva desde 2013 y en esta última medición ha sido más acusado. Ha pasado del 41% (2014) al 35% (2017). En esta última medición aumentan los motivos de viaje no obligados (compras, ocio, visitas, gestiones, etc.) del 46% en las últimas mediciones al 50% en 2017.

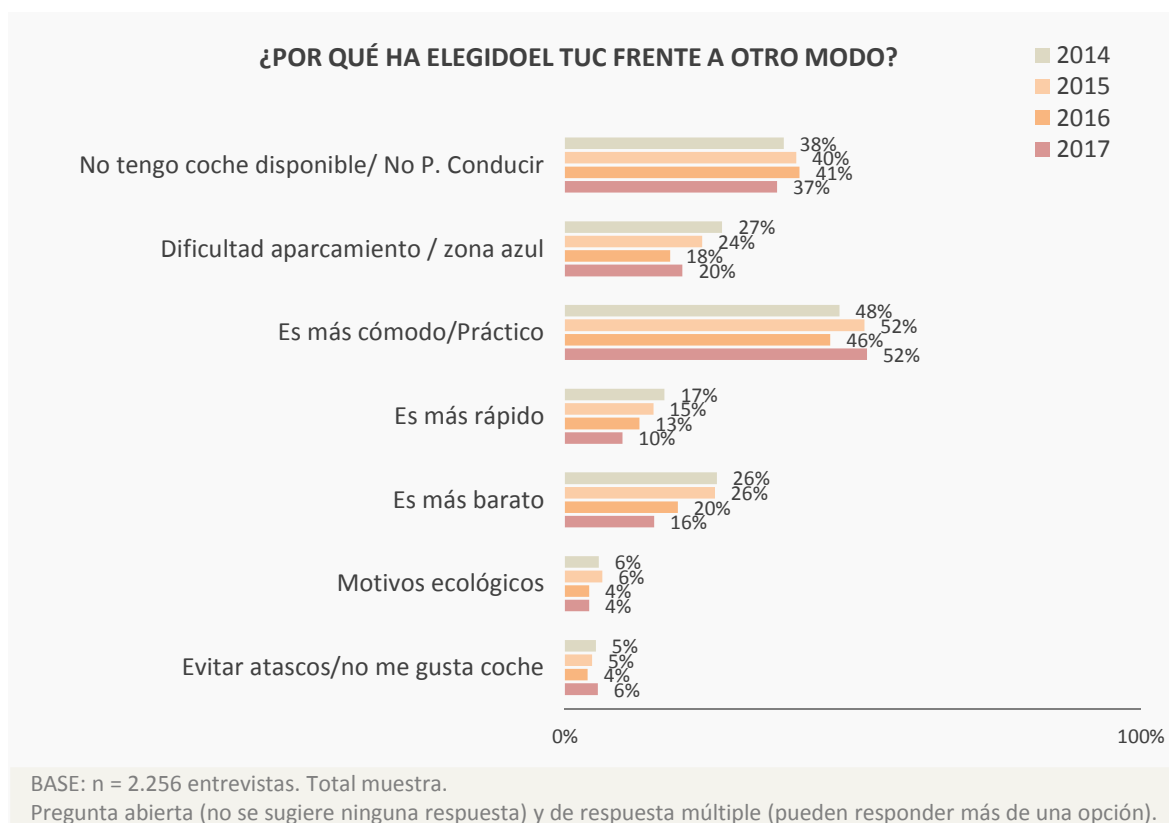


Preguntados por las **RAZONES POR LAS QUE HA ELEGIDO EL TUC** en lugar de otro modo de transporte, recogidas en una pregunta abierta (no se sugiere ningún motivo y pueden señalar varios), mencionan principalmente: No tener coche disponible o permiso de conducir (37%); Dificultades de aparcamiento/zona azul (20%); la Comodidad o es práctico (52%); Economía (16%); Rapidez (10%) y Ecología (4%).

Las mujeres eligen en mayor proporción el TUC que los hombres porque no tienen coche disponible (el 38% de las mujeres y el 32% de los hombres) y los hombres eligen en mayor proporción el TUC que las mujeres porque les resulta más cómodo, es más barato y evitar atascos.

Respecto al año pasado, **aumenta ligeramente el porcentaje de quienes han elegido el TUC por las dificultades de aparcamiento**, del 18% al 20%. Aumenta el porcentaje de quienes han elegido este modo de transporte porque es **más cómodo y práctico**, aunque disminuyen quienes lo eligen porque es más **rápido** y porque es más **barato**. Las razones ecológicas se mantienen en un porcentaje residual desde el inicio de la serie histórica.

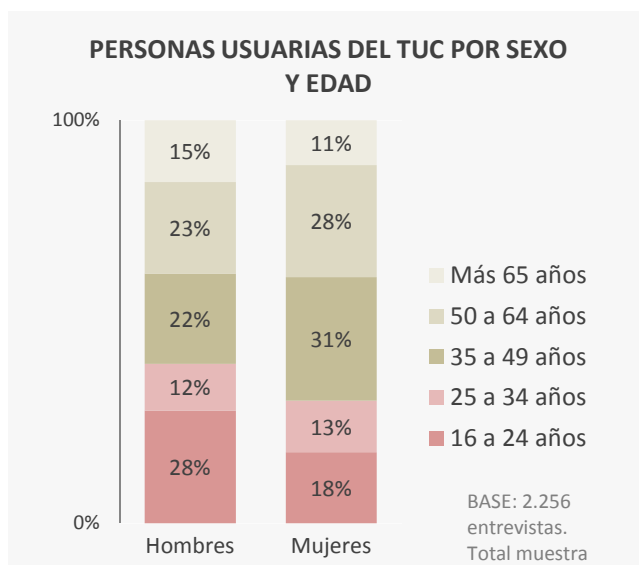
Ante la pregunta directa sobre si podían realizar el viaje en coche o moto (como conductor o acompañante), el 40% no tenían esta alternativa frente al 60% que sí podían realizar el viaje en coche o moto. El 42% de las mujeres serían cautivas en cuanto a que no tenían alternativa para realizar el viaje en coche o moto frente al 35% de los hombres.



### 1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

El 77% de las personas usuarias del TUC son mujeres. Las mujeres son mayoría en todos los grupos de edad, suponen casi dos terceras partes en el grupo de 16 a 24 años y superan el 80% en los grupos de 35 a 64 años.

Entre las usuarias predominan las edades intermedias, el 59% se encuentran en la franja de edad de 35 a 64 años frente al 45% de los hombres. Los usuarios son más jóvenes, el 28% tienen entre 16 y 24 años frente al 18% de usuarias en esta franja de edad.



<b>EDAD</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>De 16 a 24 años <span style="display: inline-block; width: 40px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 20%</li> <li>De 25 a 34 años <span style="display: inline-block; width: 30px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 13%</li> <li>De 35 a 49 años <span style="display: inline-block; width: 50px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 29%</li> <li>De 50 a 64 años <span style="display: inline-block; width: 45px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 27%</li> <li>Más de 65 años <span style="display: inline-block; width: 35px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 12%</li> </ul>
<b>NIVEL DE ESTUDIOS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Universitarios <span style="display: inline-block; width: 50px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 32%</li> <li>Medios <span style="display: inline-block; width: 70px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 58%</li> <li>Primarios <span style="display: inline-block; width: 20px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 10%</li> </ul>
<b>SITUACIÓN LABORAL</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Ocupada <span style="display: inline-block; width: 60px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 56%</li> <li>Estudiante <span style="display: inline-block; width: 30px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 17%</li> <li>Parada <span style="display: inline-block; width: 15px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 8%</li> <li>Labores hogar <span style="display: inline-block; width: 10px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 6%</li> <li>Jubilada <span style="display: inline-block; width: 25px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 14%</li> </ul>
<b>LUGAR DE RESIDENCIA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pamplona <span style="display: inline-block; width: 60px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 54%</li> <li>Comarca <span style="display: inline-block; width: 50px; height: 10px; background-color: #c0392b; margin-right: 5px;"></span> 46%</li> </ul>
<b>LUGAR DE ORIGEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Han vivido siempre en Pamplona o Comarca (63%)</li> <li>• Resto de Navarra (10%)</li> <li>• Otras comunidades autónomas (12%)</li> <li>• Otros país (16%)                             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Iberoamérica (12%)</li> <li>○ Europa (3%)</li> <li>○ Otros países (1%).</li> </ul> </li> </ul>



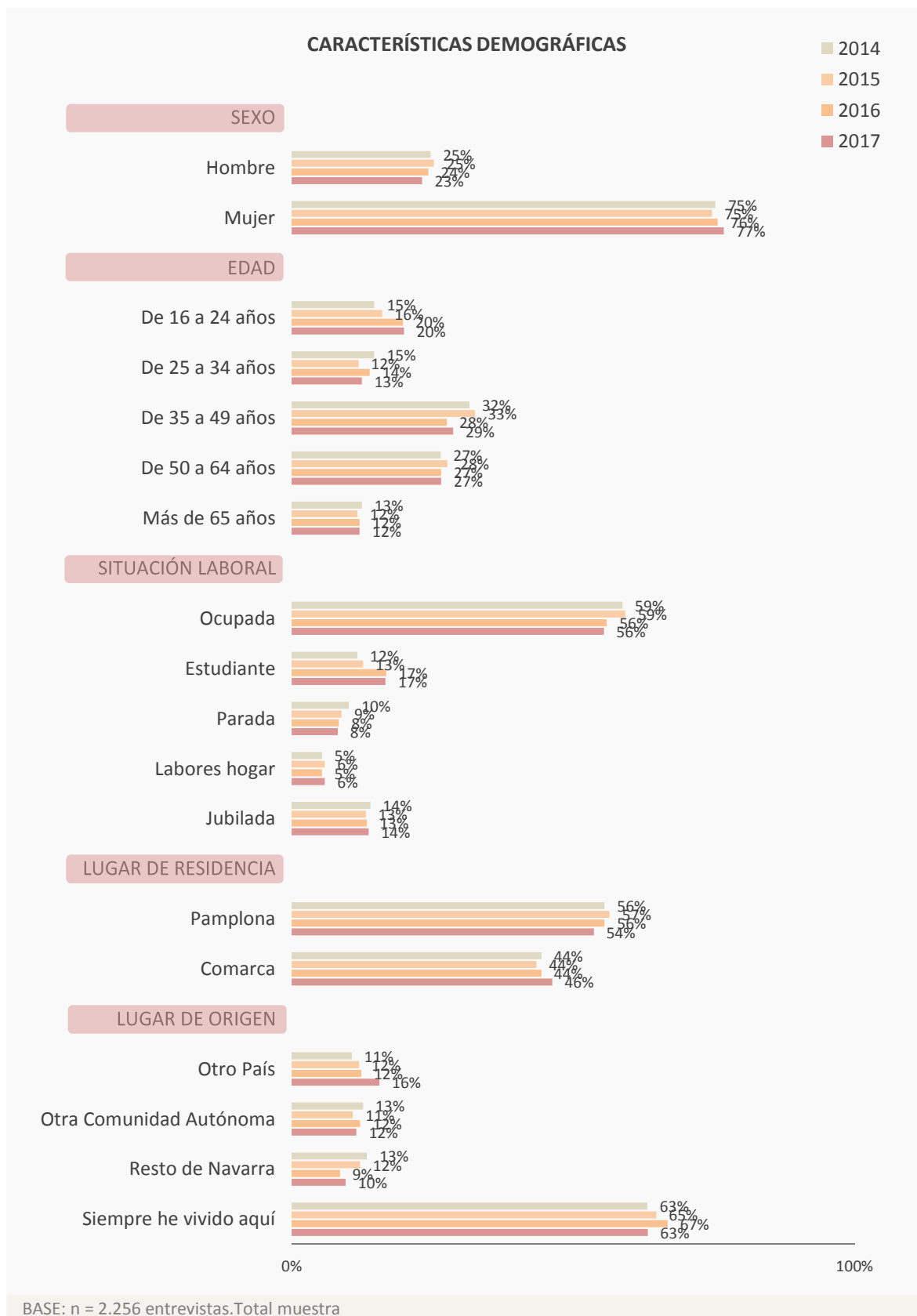
En la **EVOLUCIÓN DEL PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO**, se mantiene el porcentaje de mujeres en tres cuartas partes de las personas usuarias del TUC.

En 2016 y 2017 se confirma la recuperación del grupo de edad más joven, quienes tienen entre 16 y 24 años han pasado del 15% (2014) al 20% en 2016 y 2017, en parte explicado por la buena acogida del Abono Joven 30 días entre los menores de 27 años. Por el contrario, pierde peso el grupo de edad de 35 y 49 años, rompiendo una tendencia ascendente en este grupo de edad observada hasta 2015. Probablemente en este grupo de edad se esté optando por otros modos de transporte.

En cuanto a la distribución según su situación laboral, en coherencia con la evolución según la edad, aumenta el peso de estudiantes, del 12% (2014) al 17% (2016-2017), en detrimento de quienes están en situación laboral ocupada, que pasan del 59% (2014-2015) al 56% (2016-2017). Disminuyen progresivamente quienes están en situación laboral parada del 11% (2013) y 10% (2014) al 8% (2016-2017). Se mantiene el peso de usuarios y usuarias jubiladas y las dedicadas a labores del hogar.

Aumenta ligeramente el porcentaje de quienes residen en la Comarca del 44% al 46%, frente a quienes residen en Pamplona que descienden del 56% al 54%.

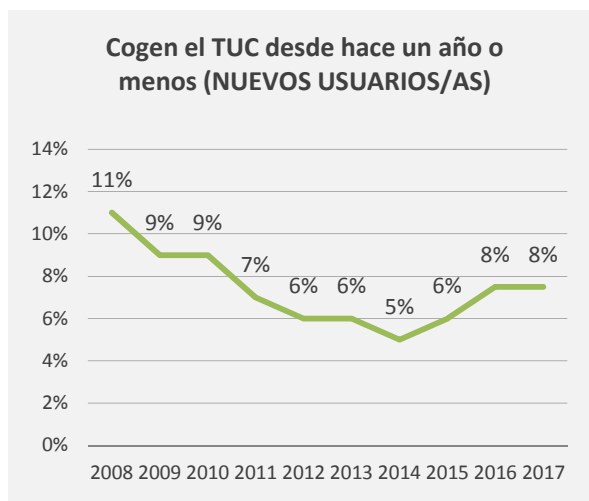
Las personas usuarias del TUC que siempre han vivido en Pamplona o Comarca suponen casi dos terceras partes. Las personas de origen extranjero han aumentado de forma significativa en 2017, del 12% recogido en las últimas mediciones al 16% en 2017. Las personas usuarias procedentes del resto de Navarra o de otras comunidades autónomas suponen casi una cuarta parte.



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

En Noviembre de 2017, el **8%** de las personas usuarias del TUC llevan utilizando el servicio un año o menos tiempo.

¿DESDE CUANDO UTILIZA EL TUC PARA SUS DESPLAZAMIENTOS?	
Un año o menos (NUEVO USUARIO/A)	8%
Entre 1 y 5 años	18%
Seis o más años	70%
Utiliza TUC muy poco o nada	4%
<b>TOTAL PERSONAS USUARIAS TUC</b>	<b>100%</b>



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

<b>ORIGEN</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>El <b>59%</b> llevan viviendo en Pamplona o Comarca menos de 2 años, el 49% menos de un año.</li> <li>El <b>71%</b> son oriundos de fuera del ámbito de la Mancomunidad, el 40% son de origen extranjero.</li> <li>Respecto a mediciones anteriores, aumentan significativamente los nuevos usuarios y usuarias de origen extranjero, del 26% (2015-2016) al 40% (2017).</li> </ul>
<b>CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Son <b>más jóvenes</b> que la media, el 38% tienen menos de 24 años, frente al 20% en el conjunto de la red.</li> <li>Hay una <b>mayor proporción de estudiantes</b>, el 37% de los nuevos usuarios y usuarias frente al 17% de la red.</li> <li>No se observan diferencias significativas según el sexo o si residen en Pamplona o Comarca.</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 85% cogen el TUC todos o casi todos los días frente al 77% de media en la red.</li> <li>En los motivos de viaje tienen <b>mayor peso los Estudios</b>, 26% frente al 15% en la red.</li> <li>El 57% de los nuevos usuarios y usuarias <b>son cautivas</b> en cuanto que no podían realizar el viaje en coche o moto. Este porcentaje es significativamente mayor que en años anteriores a 2015, en parte explicado porque son más jóvenes.</li> </ul>

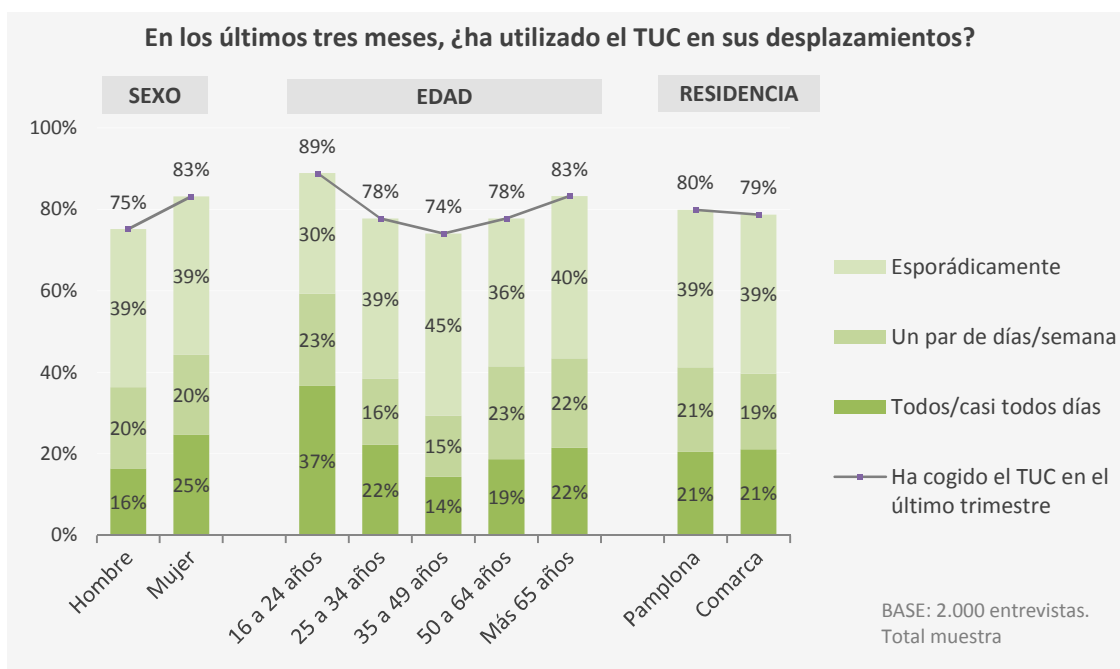
### 1.5. USO DEL T.U.C. ENTRE LA POBLACIÓN DE PAMPLONA Y COMARCA

En algunas de 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 Junio de 2017, el 79% de la población de Pamplona y Comarca ha cogido alguna vez el autobús urbano en los últimos tres meses. El 21% lo han cogido todos o casi todos los días, otro 20% un par de días a la semana y el 39% de forma esporádica.

El 83% de las mujeres han cogido el TUC en el último trimestre, frente al 75% de los hombres, y una cuarta parte de las mujeres lo cogen todos o casi todos los días.

Cogen el TUC en mayor medida el grupo de edad de 18 a 24 años y lo hacen también con mayor frecuencia semanal. El grupo de edad de 35 a 49 años cogen el TUC en bastante menor medida que el resto de grupos de edad.



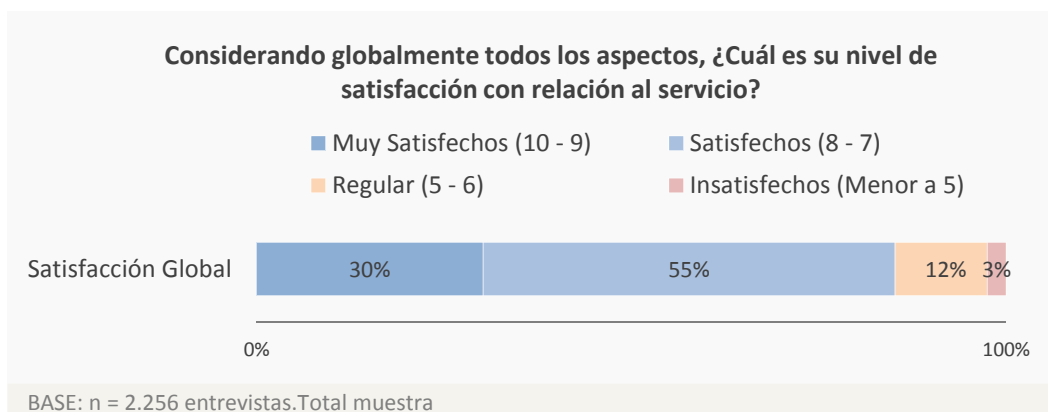
## 2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO

En este estudio se distingue:

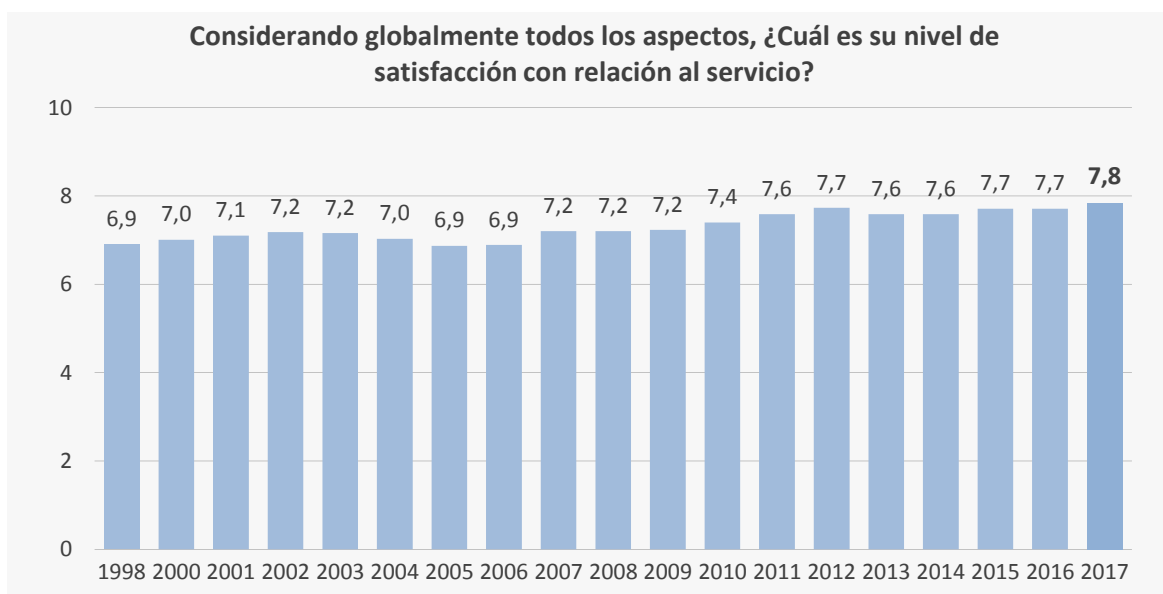
1. Por un lado, la **SATISFACCIÓN GLOBAL autoexpresada**, que es la valoración que las personas usuarias del TUC realizan globalmente del servicio y responde a la pregunta: Considerando globalmente todos los aspectos, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con relación al servicio?
2. Por otro lado, la **satisfacción 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). Se responde en una escala de 0 a 10.

En 2017 el grado de **SATISFACCIÓN GLOBAL con el Servicio** ha alcanzado un valor de 7,8 sobre 10.

El 85% de las personas usuarias se han mostrado satisfechas con el servicio, puntuando su nivel de satisfacción global con valores de 7 o superiores, (el 30% le han dado una puntuación sobresaliente con 9 o 10 y el 55% notable con 7 u 8); el 12% 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 10.



En la **SERIE HISTÓRICA** que recoge la Satisfacción Global con el servicio se observa una tendencia sostenida desde 2011. En 2017 se alcanza el valor más elevado, aunque cabe destacar que esta diferencia respecto a años anteriores no alcanza significación estadística.



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 de viaje y según algunas características demográficas.

MUESTRAN UN <b>MAYOR</b> GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL	MUESTRAN UN <b>MENOR</b> GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL
<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 30 minutos (7,5)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo total de viaje inferior a 40 minutos (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan un tiempo total de viaje superior a 40 minutos (7,5)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan que hacen menos de 65 viajes al mes (7,9)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Calculan que hacen más de 65 viajes al mes (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No se han visto afectadas por los cambios en el Centro de Pamplona (8,1)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Los cambios en las líneas del Centro de Pamplona le han afectado a peor (7,3)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevan menos de seis años viviendo en Pamplona/ Comarca (8,3) y su origen es extranjero (8,5)</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 cinco años utilizando el TUC (8,0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Llevan más de 16 años utilizando el TUC (7,6)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ No podían realizar el viaje en coche o moto (8,0)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tenían alternativa para realizar el viaje en coche o moto (7,8)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Tienen menos de 35 años (8,0) y más de 65 años (8,0)</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 (8,2)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Han cursado estudios universitarios (7,7)</li> </ul>

En este análisis bivariable **no se observan diferencias significativas en el nivel de Satisfacción Global según el sexo o si residen en Pamplona o en la Comarca.**

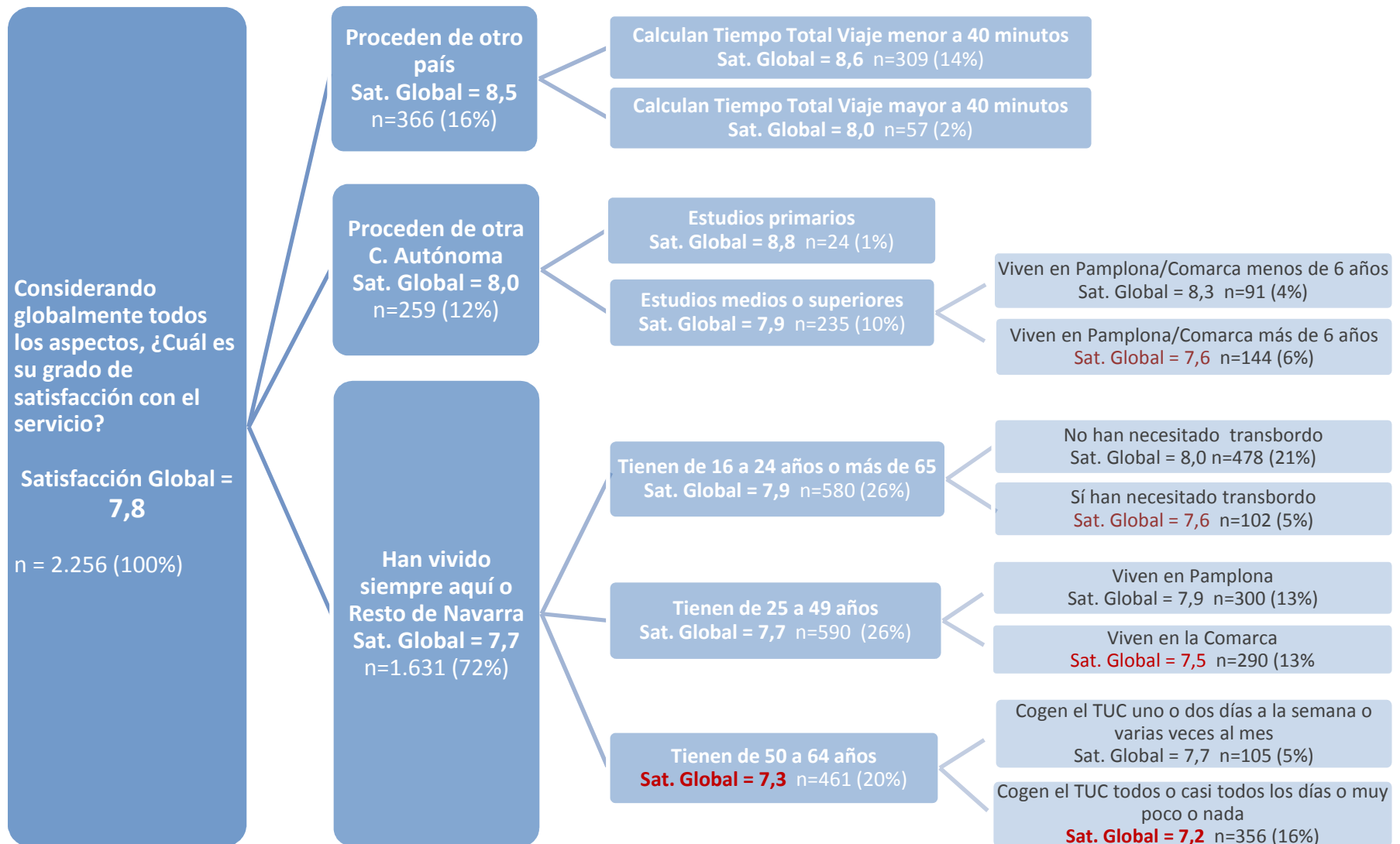
Cabe destacar que tampoco las diferencias son estadísticamente significativas según la frecuencia de uso semanal, la intensidad en un día normal, el motivo del viaje, la hora del viaje o si ha debido realizar transbordo. Todos los segmentos han puntuado su satisfacción global por encima de 7.

Con el fin de definir mejor las personas usuarias 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 como variables predictoras de la Satisfacción Global con el servicio. Se ha utilizado la técnica de Árboles de Clasificación con CHAID. El resultado de este segundo análisis arroja tres 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 el 16%. En este grupo aquellas que calculan un tiempo total para el viaje inferior a 40 minutos puntúan su satisfacción global con 8,6 y las que calculan un tiempo superior a 40 minutos la puntúan con 8,0.
2. **PERSONAS USUARIAS ORIGINARIAS DE OTRAS COMUNIDADES AUTÓNOMAS**. Suponen el 12% y muestran también un grado de satisfacción con el servicio elevado (8,0), especialmente si tienen estudios primarios (8,8). Si tienen estudios medios o superiores, aunque su grado de satisfacción es menor, sigue situándose por encima de la media (7,9), excepto si llevan viviendo en Pamplona o Comarca más de 6 años que su satisfacción global desciende a 7,6.
3. El **RESTO DE USUARIOS Y USUARIAS**. Siempre han vivido en Pamplona o Comarca (63%) o en el resto de Navarra (10%) con un grado de satisfacción global de 7,7.

En este tercer grupo el grado de satisfacción global está asociado a **la edad**:

- En el primer grupo se ubican quienes tienen menos y más edad, **tienen entre 16 y 24 años y más de 65 años**, con un grado de satisfacción elevado (7,9). Suponen el 26% de las personas usuarias del TUC. En este grupo muestran un menor grado de satisfacción quienes han debido realizar transbordo (7,6), frente a quienes han realizado el viaje en una sola etapa (8,0).
- El segundo grupo **tienen entre 25 y 49 años**, con un grado de satisfacción de 7,7. En este grupo se distinguen quienes viven en Pamplona con una satisfacción global de 7,9 y quienes viven en los municipios de la Comarca con una satisfacción global menor (7,5).
- El tercer grupo **tienen entre 50 y 64 años** y muestran un menor grado de satisfacción global (7,3). En este grupo la satisfacción global depende de la frecuencia de uso: entre quienes cogen el bus uno o dos días a la semana o varias veces al mes su satisfacción global es de 7,7; entre quienes lo cogen todos o casi todos los días su satisfacción global desciende a 7,2.





### 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 se concede 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 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. Horario de servicio amplio
3. Red que permita acceder a todas las zonas
4. Puntualidad en el cumplimiento de horarios/frecuencias
5. Información de horarios y frecuencias

Los atributos a los que se concede una **MENOR IMPORTANCIA** son:

20. Amabilidad en el trato de los conductores
21. Paradas limpias y cuidadas
22. Temperatura adecuada en el bus
23. Duración del viaje en autobús
24. Flota de autobuses moderna

Las mujeres en general dan puntuaciones de importancia algo más elevadas que los hombres a todos los atributos, pero es de destacar que el orden de importancia de los distintos atributos apenas varía entre hombres y mujeres.



### 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. Facilidad de acceso al autobús (resulta fácil subir, silletas, etc.) (8,4)
2. Seguridad en los autobuses (ausencia de altercados, vandalismo, etc.) (8,4)
3. Accesibilidad a las paradas (bien ubicadas y en número suficiente) (8,4)
4. Autobuses limpios y bien cuidados (8,3)
5. Paradas limpias y cuidadas (8,2)
6. Claridad de la información sobre líneas y recorridos (8,2)
7. Flota de autobuses moderna (8,2)

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

20. Puntos de recarga tarjetas (7,3)
21. Conducción adecuada, sin frenazos ni brusquedades, ágil pero no peligrosa (7,2)
22. Sistema de reclamaciones y quejas ágil y eficaz (7,1)
23. Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones (7,1)
24. Precio del viaje (7,0)

En 2017, el **ÍNDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE (ISC)**, cálculo de la media de los valores de satisfacción con los 24 atributos ponderada por la importancia que se da a cada atributo en la calidad del servicio, **alcanza un valor de 7,8 sobre 10**.

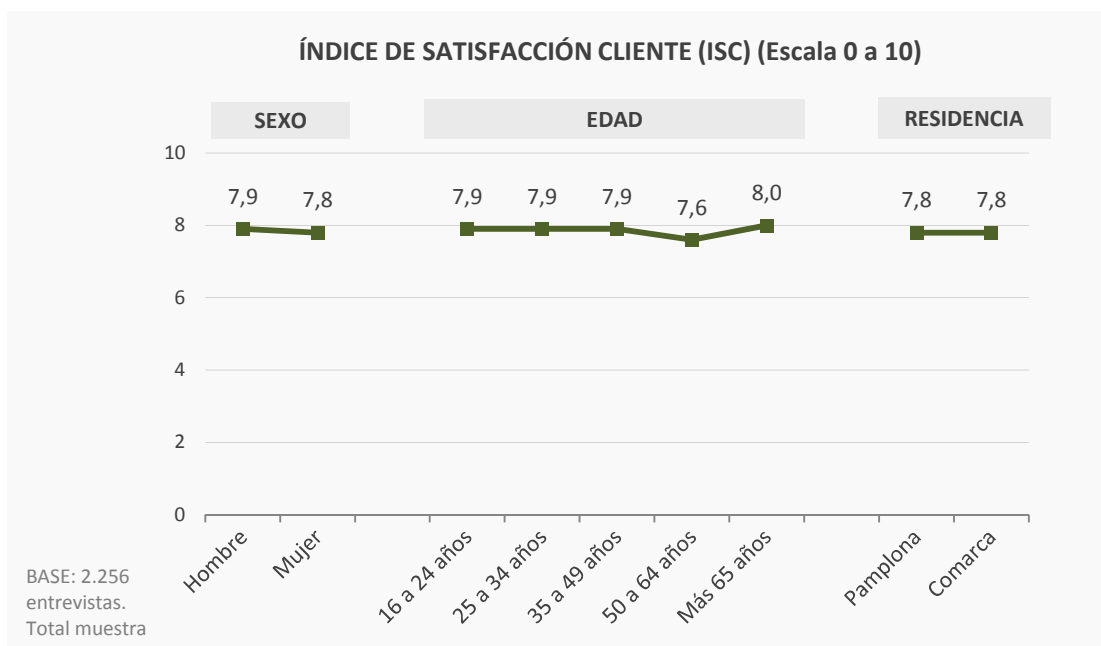




El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** es de 7,9 en los hombres y de 7,8 en las mujeres. Esta diferencia no alcanza significación estadística.

Excepto en los aspectos relativos a la información que son peor valorados por los hombres, las mujeres han valorado algo peor casi todos los atributos analizados, aunque estas diferencias alcanzan significación estadística únicamente en:

- Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones (7,1 en las mujeres frente a 7,4 en los hombres).
- Se viaja cómodo, holgado, sin ir apretados (7,6 en la mujeres frente a 7,8 en los hombres).
- Conducción brusca, ágil pero no peligrosa (7,2 en la mujeres frente a 7,4 en los hombres).
- La Calidad de Atención (7,8 en la mujeres frente a 8,0 en los hombres).



Según la edad, las personas usuarias con edades comprendidas entre 50 y 64 años valoran significativamente peor todos los atributos de calidad y registran un ISC de 7,6, frente al 7,9 del resto de grupos.

No se observan diferencias significativas en el ISC según la residencia en Pamplona o en la Comarca. En los aspectos analizados, únicamente la diferencia es estadísticamente significativa en el Acceso a las paradas, bien ubicadas y en número suficiente, peor valorado entre quienes residen en Pamplona.

### 3.3. EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

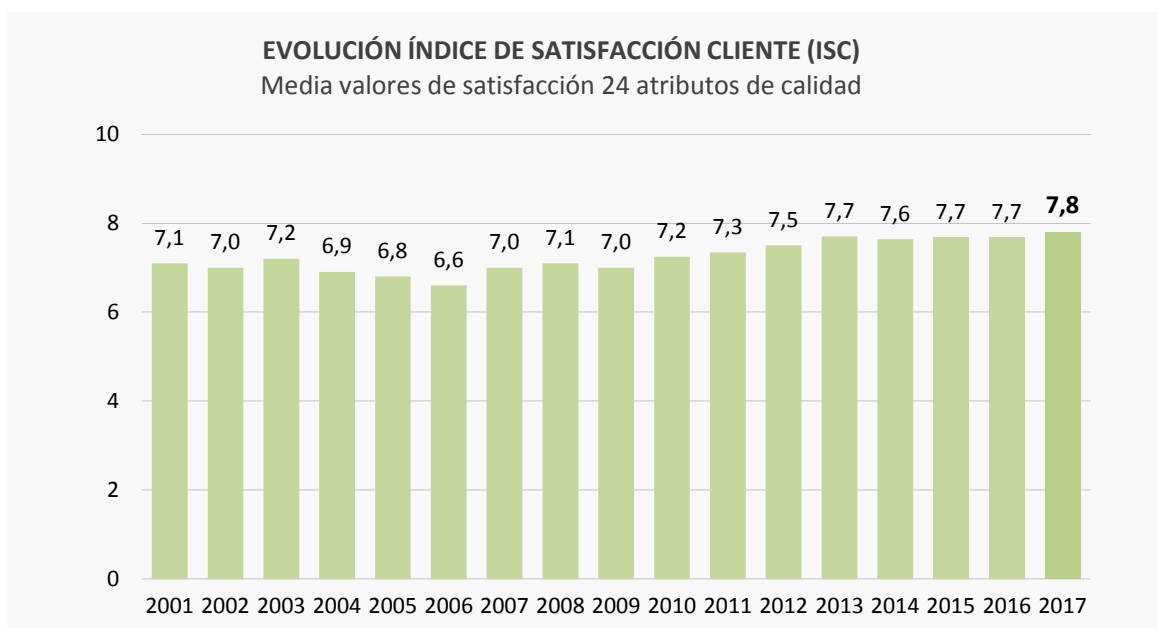
En 2017 todos los factores y variables de calidad mantienen o mejoran sus valores de satisfacción. Las diferencias más acusadas se observan en una mejor valoración de la Contaminación atmosférica de los autobuses, el Precio del viaje, Flota de autobuses moderna, Limpieza de los autobuses, Buena cobertura a todas las zonas y Conexión entre líneas.

Aunque sin alcanzar significación estadística, descienden las valoraciones de la Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias, Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones y Atención de reclamaciones.

**PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN ATRIBUTOS DE CALIDAD**  
Diferencias significativas 2016 – 2017

	2016	2017
Contaminación atmosférica del bus	7,3	7,8
Precio del viaje	6,6	7,0
Flota de autobuses moderna	7,9	8,2
Autobuses limpios y bien cuidados	8,0	8,3
Buena cobertura a todas las zonas.	7,8	8,1
Conexión con otras líneas	7,8	8,0

El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** mantiene una tendencia sostenida desde 2013 y en 2017 alcanza el valor más elevado en la serie histórica (7,8). Esta diferencia respecto a las mediciones anteriores no es significativa en términos estadísticos.



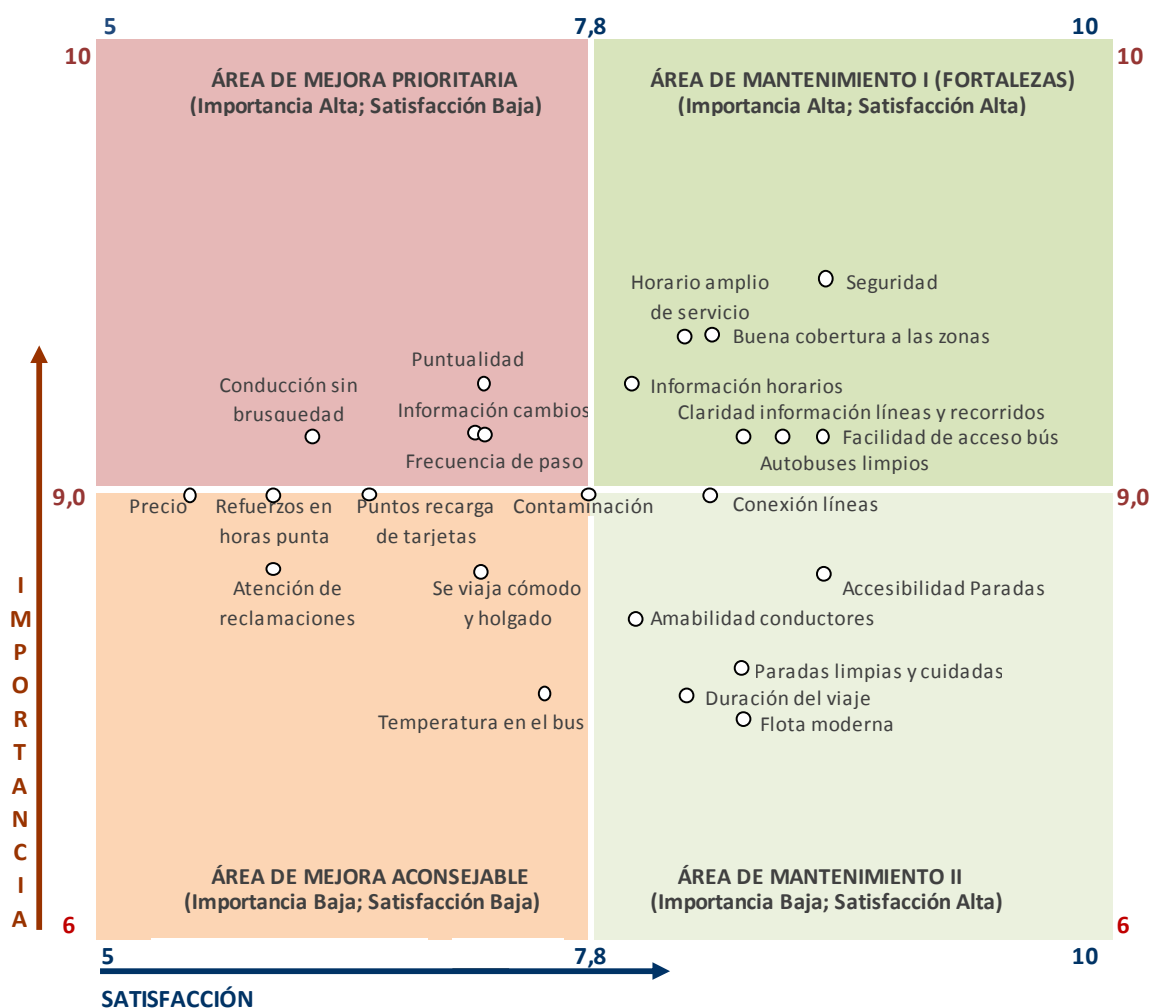
## EVOLUCIÓN NIVELES DE SATISFACCIÓN

FACTORES Y VARIABLES DE CALIDAD	PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN										
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
<b>OFERTA DE SERVICIO</b>	<b>6,6</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>
Buena cobertura a todas las zonas	7,1	7,2	7,2	7,4	7,4	7,7	7,8	7,9	8,0	7,8	8,1
Horario de servicio amplio	7,1	7,1	7,3	7,3	7,6	7,7	7,9	7,9	7,9	7,8	8,0
Frecuencia de paso del servicio	6,5	6,8	6,8	7,1	7,2	7,4	7,7	7,6	7,6	7,6	7,6
Refuerzos en horas punta para evitar saturaciones	6,3	6,5	6,2	6,9	7,0	7,2	7,5	7,3	7,2	7,2	7,1
Conexión con otras líneas	7,1	7,2	7,1	7,4	7,6	7,7	7,9	7,8	7,9	7,8	8,0
Precio del viaje	5,9	6,2	5,9	6,2	6,0	6,1	6,2	6,2	6,4	6,6	7,0
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<b>7,3</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>
Paradas bien ubicadas y suficientes	7,4	7,6	7,5	7,8	7,9	8,1	8,4	8,4	8,3	8,3	8,4
Facilidad de acceso al autobús (fácil subir/silletas, etc.)	7,5	7,6	7,6	7,7	7,9	8,0	8,4	8,3	8,3	8,3	8,4
Puntos de recarga de tarjetas	6,9	6,6	6,7	6,7	6,7	7,0	7,0	6,9	7,1	7,2	7,3
<b>INFORMACIÓN</b>	<b>7,1</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>
Claridad sobre líneas y recorridos	7,3	7,4	7,3	7,6	7,6	7,8	8,0	8,1	8,1	8,0	8,2
Información horarios y frecuencias	7,2	7,3	7,2	7,6	7,4	7,7	7,9	7,9	7,9	7,8	7,9
Información cambios servicio	6,9	7,0	6,8	7,2	7,2	7,4	7,6	7,5	7,5	7,5	7,6
<b>DURACIÓN</b>	<b>6,8</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>
Duración del viaje en autobús	7,0	7,0	7,1	7,3	7,5	7,6	8,0	7,8	7,9	7,8	8,0
Puntualidad horarios/frecuencias	6,6	6,8	6,8	7,1	7,4	7,6	7,8	7,8	7,8	7,8	7,6
<b>CALIDAD ATENCIÓN</b>	<b>6,9</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>
Atención de reclamaciones ágil	6,6	6,6	5,8	6,9	6,3	6,9	7,5	7,5	7,3	7,3	7,1
Amabilidad trato del conductor	7,0	7,1	7,0	7,1	7,5	7,5	7,7	7,7	7,7	7,7	7,9
<b>CONFORT</b>	<b>7,2</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>
Flota de autobuses moderna	7,6	7,6	7,4	7,4	7,6	7,7	7,7	7,6	7,8	7,9	8,2
Autobuses limpios y bien cuidados	7,6	7,6	7,5	7,4	7,6	7,7	7,9	7,7	7,8	8,0	8,3
Se viaja cómodo, no apretados	6,9	7,0	7,1	7,0	7,4	7,6	7,5	7,3	7,4	7,5	7,6
Temperatura adecuada en el bus	7,3	7,1	6,9	7,1	7,1	7,2	7,4	7,2	7,2	7,5	7,7
Conducción sin brusquedad	6,5	6,6	6,6	6,8	6,9	7,2	7,4	7,1	7,2	7,2	7,2
Paradas limpias y cuidadas	7,5	7,6	7,6	7,6	7,7	7,8	8,1	8,1	8,0	8,0	8,2
<b>SEGURIDAD</b>	<b>7,7</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>
Seguridad en los autobuses (ausencia altercados, vandalismo..)	7,7	7,7	7,7	7,7	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4	8,2	8,4
<b>IMPACTO MEDIO AMBIENTE</b>	<b>7,0</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>
Contaminación atmosférica del bus	7,0	7,0	6,9	7,2	7,1	7,3	7,5	7,6	7,5	7,3	7,8
<b>ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTE</b>	<b>7,0</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>

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

Si se tienen en cuenta los valores medios de importancia y de satisfacción y situamos los 24 atributos de calidad en un mapa diferencial, desde la óptica de las personas usuarias del TUC se definen 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 24 que contempla este estudio**. La mayoría de los atributos 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 los 18 atributos específicos de la línea (**ISC Línea**) y en 2017 da un resultado global de **7,9 sobre 10 para el conjunto de la red**, algo más elevado que el ISC calculado con los 24 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)**, arrojando el siguiente resultado:

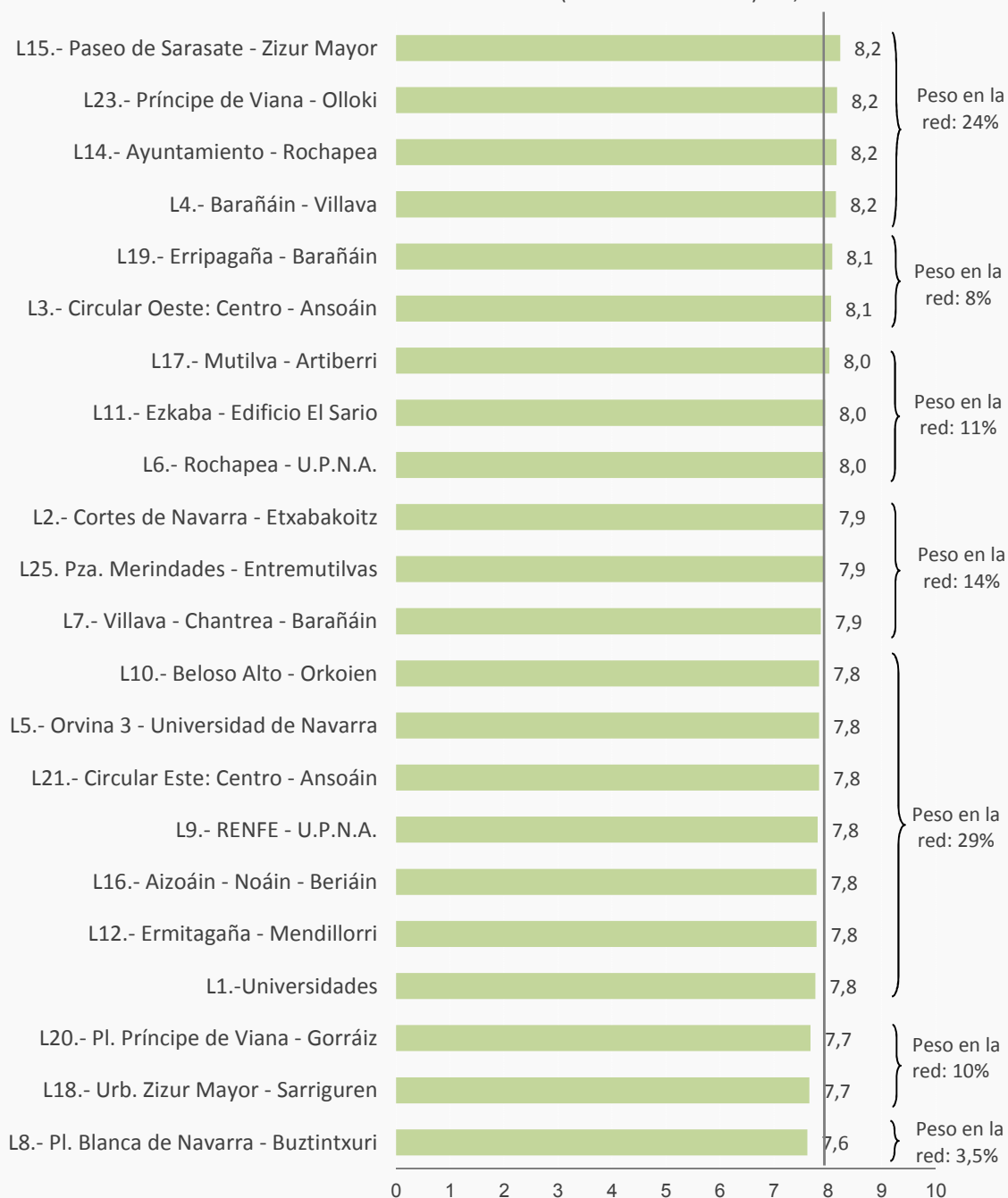
- Las líneas que han registrado un **ISC Línea por DEBAJO DEL VALOR MEDIO DE LA RED** son:
 

La línea **L8** (Plaza Blanca de Navarra-Buztinxuri), con un **ISC Línea = 7,6 es la peor valorada de la red**. Con un **ISC Línea = 7,7** se sitúan la línea **L18** (Urb. Zizur-Sarriguren) y la línea **L20** (Pl. Príncipe de Viana-Gorraiz). Estas tres líneas abarcan el 14% de los viajes de la red.

Con un **ISC Línea = 7,8** hay siete líneas: **L1** (Universidades), **L12** (Ermitagaña-Mendillorri), **L16** (Aizoáin-Noain-Beriain), **L9** (RENFE-UPNA), **L21** (Circular Este: Centro-Ansoain), **L5** (Orvina-Universidad de Navarra), y **L10** (Beloso Alto-Orkoien). Estas líneas alcanzan el 29% de los viajes de la red.
- En la **MEDIA DE LA RED**, con un **ISC Línea = 7,9** se encuentran las líneas **L7, L25 y L2**, y suponen el 14% de los viajes de la red.
- Por ENCIMA DEL VALOR MEDIO DE LA RED**, con un **ISC Línea = 8 o superior**, se encuentran las líneas **L6, L11, L17, L3, L19, L4, L14, L23 y L15**. Estas líneas suponen el 43% de los viajes de la red.

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

ISC Líneas (Media 18 atributos) = 7,9



BASE: n = 2.256. Total muestra

## 5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

### 5.1. EL SISTEMA TARIFARIO

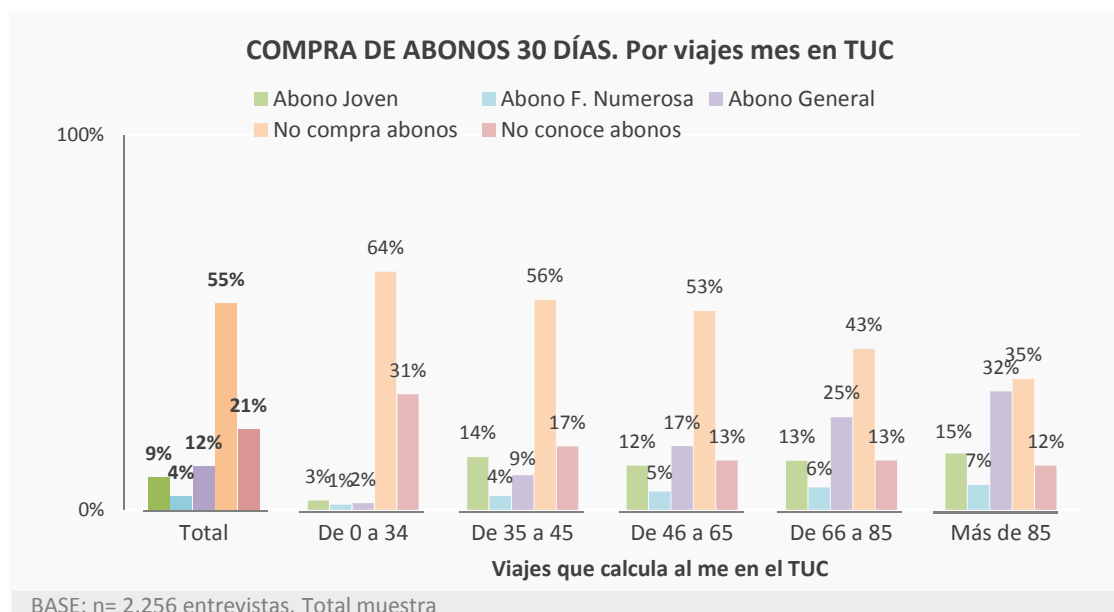
En este apartado se analiza la notoriedad y el grado de penetración de los abonos 30 días entre las personas usuarias del TUC, así como su valoración. Asimismo, se recoge el nivel de conocimiento y uso de la Tarifa F para familias perceptoras de la Renta de Inclusión Social (RIS).

**El 79% de las personas usuarias del TUC han visto u oído información sobre los abonos 30 días, este porcentaje alcanza el 87% si calculan que hacen más de 45 viajes al mes.**

Para determinar el perfil demográfico de las personas usuarias del TUC que compran abonos 30 días, no se tiene en cuenta que hayan pagado el viaje sobre el que se realiza la entrevista con abonos 30 días, **se ha tenido en cuenta a aquellas que han renovado el abono 30 días la mayoría de los meses y además piensan seguir renovando el abono la mayoría de los meses.**

**El 24% de las personas usuarias del Transporte Urbano han renovado y piensan renovar los abonos 30 días la mayoría de los meses.** Este porcentaje es superior al 19% que han pagado el viaje con abonos 30 días, probablemente debido a que en ese momento no tenían el abono cargado, no tenían la tarjeta disponible u otros motivos.

El 44% de quienes calculan que realizan entre 66 y 85 viajes al mes compran abonos 30 días, una cuarta parte compran el Abono General. El 53% de quienes realizan más de 85 viajes al mes compran abonos, una tercera parte compran el Abono General.



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

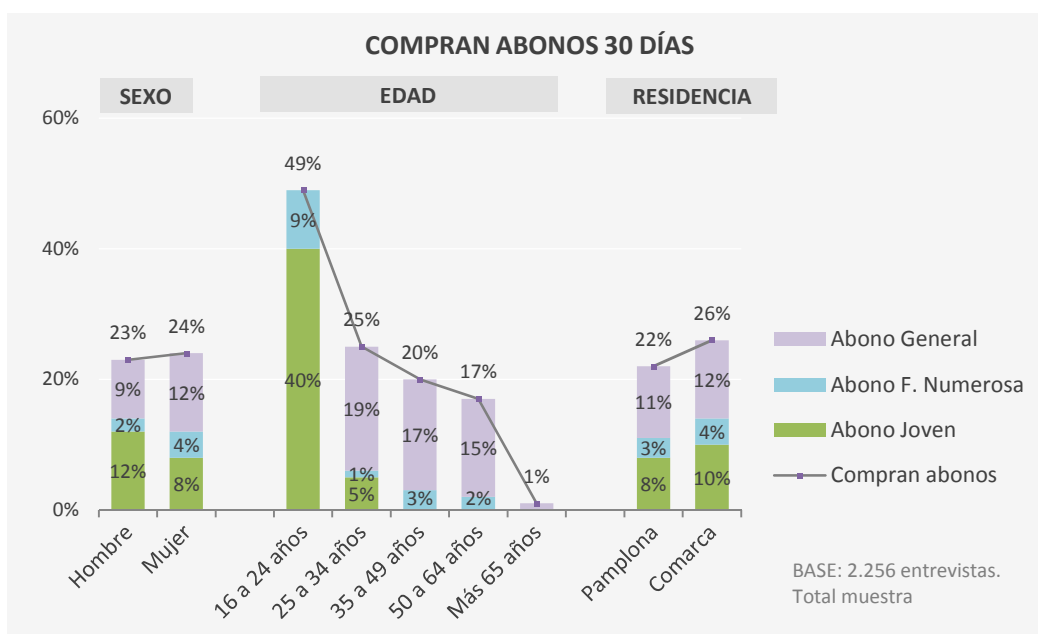
**Los abonos 30 días tienen una especial aceptación en el grupo de edad más joven.** Sólo el 9% de las personas usuarias entre 16 y 24 años desconocen los abonos. Casi la mitad de los menores de 27 años compran abonos la mayoría de los meses, el 40% compran el Abono Joven y el 9% el Abono Familia Numerosa. Hay que señalar que en esta encuesta la compra del Abono Joven está infrarrepresentada ya que se entrevista a las personas usuarias del servicio mayores de 16 años.

La compra de abonos disminuye bruscamente a partir del grupo de edad más joven y disminuye progresivamente en el resto de grupos conforme se avanza en edad. A los mayores de 65 años, con su tarjeta específica, no les resulta rentable los abonos 30 días.

**Según el sexo** no se observan diferencias en la compra global de abonos, el 23% de los hombres y el 24% de las mujeres compran abonos la mayoría de los meses. Sin embargo, sí se observan diferencias significativas en la compra de los distintos tipos de abonos.

Los hombres compran en un mayor porcentaje abonos para menores de 27 años, el 12% de los hombres compran la mayoría de los meses el Abono Joven frente al 8% de las mujeres. Las mujeres compran en mayor porcentaje el Abono General, el 12% de las usuarias compran estos abonos frente al 9% de los hombres, en coherencia con su diferente estructura de edad.

En cuanto al **lugar de residencia**, el 26% de las personas usuarias que residen en la Comarca compran abonos la mayoría de los meses, frente al 22% de las que residen en Pamplona.

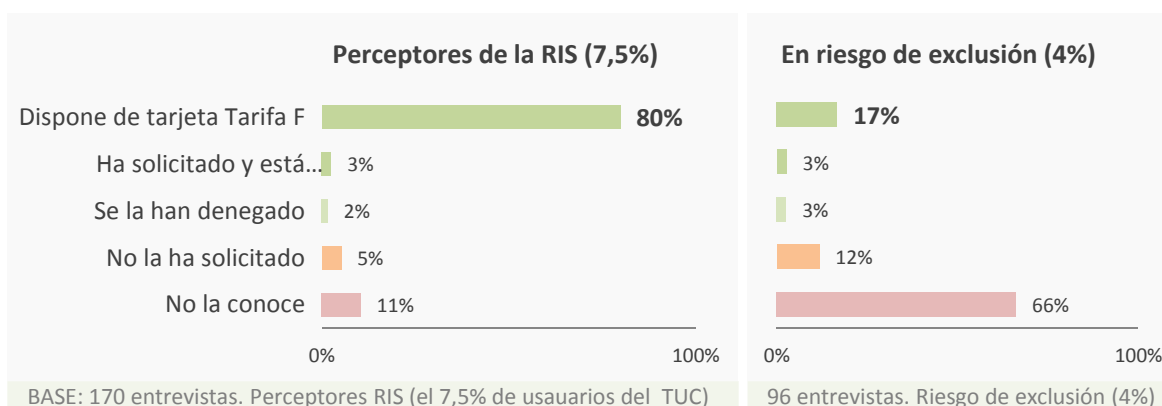


Todos los aspectos analizados sobre los abonos 30 días reciben **valoraciones elevadas**, especialmente **por parte de quienes registran mayor frecuencia de uso (objetivo de estos abonos)**. Quienes calculan que realizan más de 65 viajes al mes valoran comparativamente mejor todos los aspectos, con valores cercanos o superiores a 8.



**El 7,5% 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.

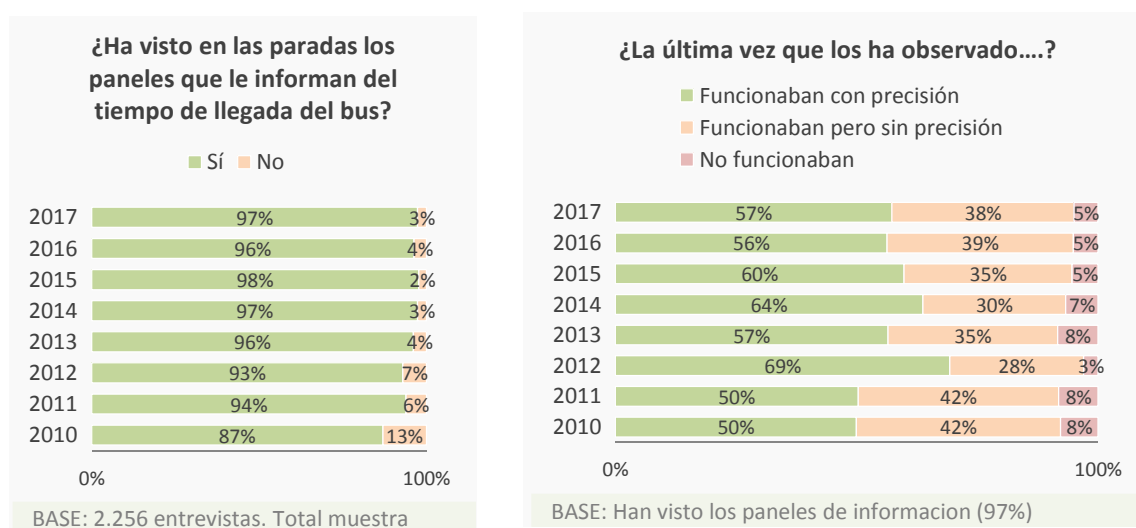
Entre las personas perceptoras de la RIS, el 80% disponen de la tarjeta con Tarifa F y el 11% no conocen su existencia. Entre quienes se encuentran en situación de riesgo de exclusión social, el 17% disponen de tarjeta con tarifa F y el 66% no la conocen. Quienes **disponen de la tarjeta con Tarifa F suponen el 7% de las personas usuarias del TUC**. No se observan diferencias significativas por sexo, edad o si residen en Pamplona o Comarca.



## 5.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFORMACIÓN DEL TUC

En 2017, el **97%** 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 57% opinan que funcionan con precisión, el 38% que funcionan pero con poca precisión y el 5% opinan que no funcionan.

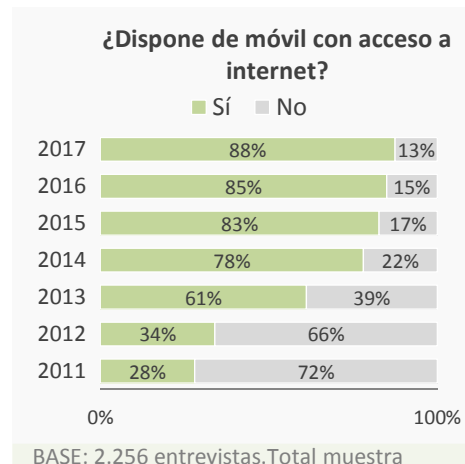
La **percepción sobre el funcionamiento de los paneles de información en paradas** sobre el tiempo de llegada del bus **es similar** a la recogida en la medición anterior.



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 2017, el **87,5%** de las personas usuarias del TUC disponen de móvil con acceso a internet. El 82% tienen contratada una tarifa de datos, plana (50%) o mensual (32%).

Disponen de móvil con acceso a internet el 88% de las mujeres usuarias del TUC y el 84% de los hombres. La brecha por edad es muy acusada, el 99% de quienes tienen menos de 35 años disponen de este tipo de teléfonos, frente al 81% de quienes tienen entre 50 y 64 años y al 57% de las mayores de 65 años.



El 55% de las personas usuarias del servicio saben que pueden consultar en **GOOGLE TRANSIT** los recorridos y horarios del TUC y **el 30% 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.

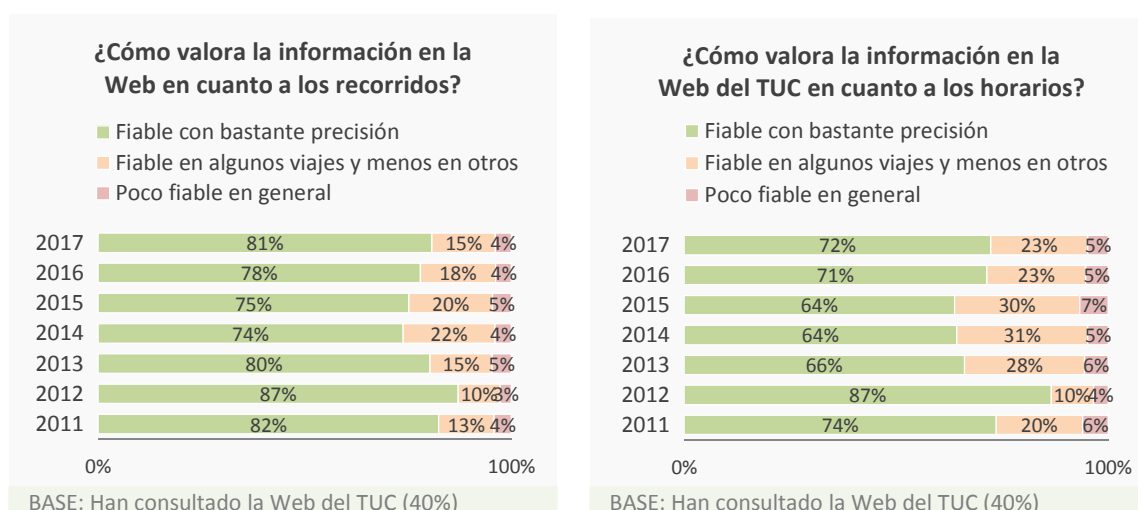
Las mujeres y los hombres conocen en la misma proporción que pueden consultar los recorridos y horarios del TUC en Google Transit. La brecha es mayor por edad, las consultas sobre el TUC en Google Transit disminuyen significativamente a medida que aumenta la edad, del 46% entre quienes tienen de 16 a 24 años al 10% de aquellas con más de 65 años.

Entre las personas entrevistadas que realizan estas consultas, el **92% lo han hecho en el teléfono móvil** y sólo el 15% en el ordenador. Sigue creciendo el porcentaje de quienes hacen estas consultas en el teléfono móvil, del 14% (2011) al 92% (2017).

El 71% opinan que el resultado de la consulta es fiable con bastante precisión, el mismo porcentaje que en la medición anterior.

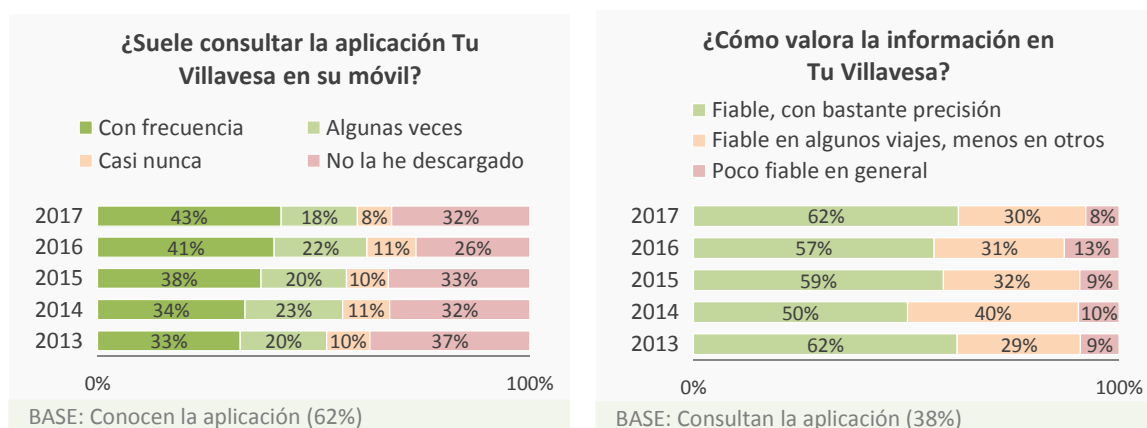
**El 40% de las personas usuarias HAN CONSULTADO EN LA WEB DEL TUC** información sobre el servicio, recorridos, horarios, incidencias, etc. Este porcentaje es algo superior al registrado en 2016 (38%). El 72% de estas consultas se realiza desde el móvil.

Entre quienes realizan consultas en la Web del TUC, al 89% les ha resultado sencillo su manejo. El 81% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre recorridos y el 72% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre horarios.

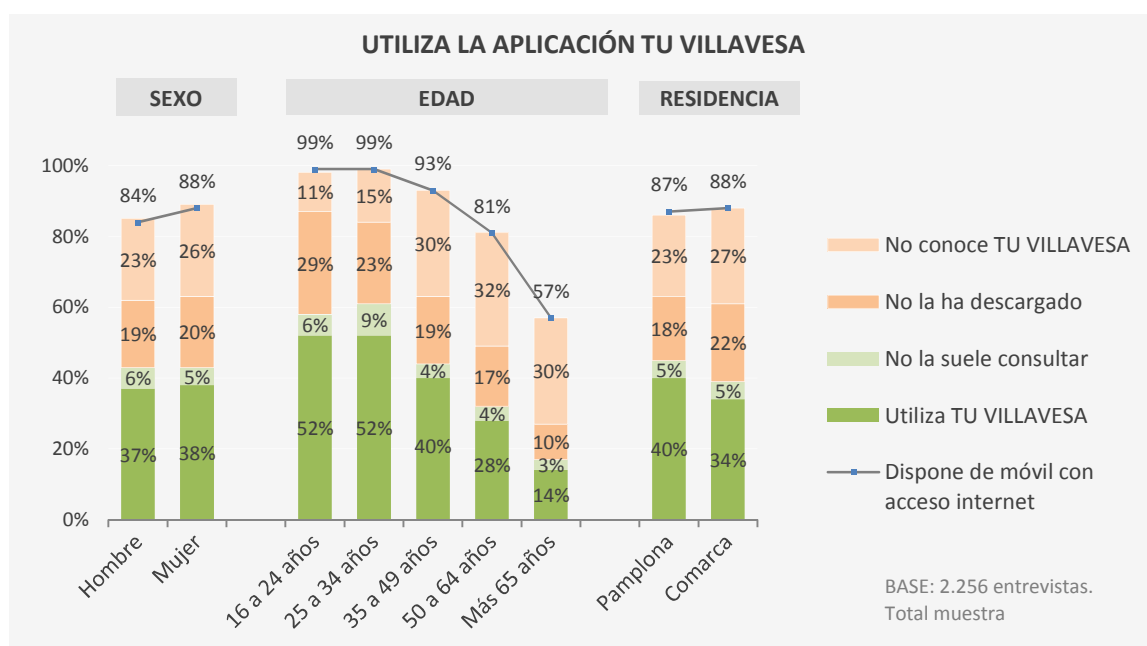


El 62% de las personas usuarias del TUC conocen la **APLICACIÓN TU VILLAVESA**, el 71% entre quienes tienen móvil con acceso a internet. Entre quienes la conocen, el 43% la consultan con frecuencia, el 18% algunas veces y el 8% nunca. Una tercera parte no se la han descargado.

Entre quienes consultan la información TU VILLAVESA, el 62% consideran que es fiable con bastante precisión, el 30% que es fiable en algunos viajes y menos en otros y el 8% que es poco fiable. Estos resultados mejoran ligeramente respecto a la última medición.



No se observan diferencias significativas en el uso de la aplicación TU VILLAVESA entre mujeres y hombres y las diferencias son muy acusadas según la edad. Más de la mitad de los menores de 35 años utilizan esta aplicación frente al 14% de los mayores de 64 años.





### 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 64% de las personas usuarias del servicio
- No ha cambiado para el 27%
- Ha empeorado algo o mucho para el 6%

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

- Totalmente o en gran medida para el 86% de las personas usuarias del TUC
- A medias para el 11%
- Algo, poco o nada para el 3%.

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 37% de las personas usuarias del servicio
- Normal al 52%
- 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**. En 2014 el 54% de las personas usuarias del TUC consideraban que el precio era caro y este porcentaje ha descendido hasta el 37% en 2017.

Por último, se preguntó si se habían visto afectadas por los **CAMBIOS EN LAS LÍNEAS DEL CENTRO DE PAMPLONA** como consecuencia del Plan de Amabilización.

El 55% de las personas usuarias del TUC se han visto afectadas por los cambios en las líneas del Centro de Pamplona, el 43% en la línea que utiliza habitualmente y otro 12% en líneas que utiliza esporádicamente. El 17% consideran que estos cambios le han afectado a mejor, el 21% igual y el 16% consideran que le han afectado a peor. El 45% no se han visto afectadas por los cambios en las líneas del Centro de Pamplona.

