



Mancomunidad
Comarca de Pamplona
Iruñerriko
Mankomunitatea

ESTUDIO DE SATISFACCIÓN 2018

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 2018

SÍNTESIS DE RESULTADOS
Departamento de Comunicación
Mayo 2019

ÍNDICE

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO	2
Objetivos	2
Metodología	2
Tratamiento y análisis de los datos	5
SÍNTESIS DE RESULTADOS	7
1. CARACTERÍSTICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS DEL TUC	9
2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO	16
3. ANÁLISIS ESTRATÉGICO DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	20
4. RESULTADOS POR LÍNEAS	28
5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO	30

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 2018.

Tamaño de la muestra: 2.261 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 5.705 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	353.666	1,1%	25	60	0,4214
L2.- c/ Cortes de Navarra - Etxabakoitz	999.928	3,2%	71	83	0,8614
L3.- Circular Oeste: Centro - Ansoain	1.285.435	4,1%	92	87	1,0564
L4.- Barañáin - Villava	6.913.858	21,9%	494	381	1,2975
L5.- Orvina 3 - Universidad de Navarra	1.033.793	3,3%	74	90	0,8213
L6.- Rochapea - U.P.N.A.	878.579	2,8%	63	79	0,7952
L7.- Villava - Chantrea - Barañáin	3.000.192	9,5%	215	173	1,2399
L8.- Plaza Blanca de Navarra - Buztintxuri	1.042.012	3,3%	75	86	0,8663
L9.- RENFE - U.P.N.A.	1.481.692	4,7%	106	107	0,9901
L10.- Beloso Alto - Orkoien	578.254	1,8%	41	67	0,6171
L11.- Ezcaba - Edificio El Sario	1.679.283	5,3%	120	103	1,1657
L12.- Ermitagaña - Mendillorri	2.087.872	6,6%	149	129	1,1572
L14.- Ayuntamiento - Rochapea	139.435	0,4%	10	45	0,2215
L15.- Paseo de Sarasate - Zizur Mayor	453.083	1,4%	32	60	0,5399
L16.- Aizoáin - Noáin - Beriáin	2.672.940	8,5%	191	151	1,2656
L17.- Mutilva - Artiberri	1.070.679	3,4%	77	83	0,9223
L18.-Urbanización Zizur - Sarriguren	2.590.784	8,2%	185	149	1,2432
L19.- Erripagaña - Barañáin	1.390.527	4,4%	99	104	0,9560
L20.- Plaza Príncipe de Viana - Gorráiz	468.430	1,5%	33	61	0,5491
L21.- Circular Este: Centro - Ansoain	1.130.124	3,6%	81	83	0,9735
L23.- Plaza Príncipe de Viana - Olloki	144.607	0,5%	10	40	0,2585
L25. Pza. Merindades - Entremutilvas	227.773	0,7%	16	40	0,4071
Acumulado Enero - Octubre	31.622.946	100,0%	2261	2261	1,0000

CAMBIO DE MÉTODO EN 2007

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

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

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

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

TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

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 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 otorgan 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 receptoras de Renta de Inclusión Social (RIS). En 2018, ante la reorganización de la red nocturna del TUC, se ha introducido un apartado para determinar la percepción de seguridad en las paradas.

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 que han realizado, los hábitos de uso del servicio y sus características sociodemográficas.

1.1. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

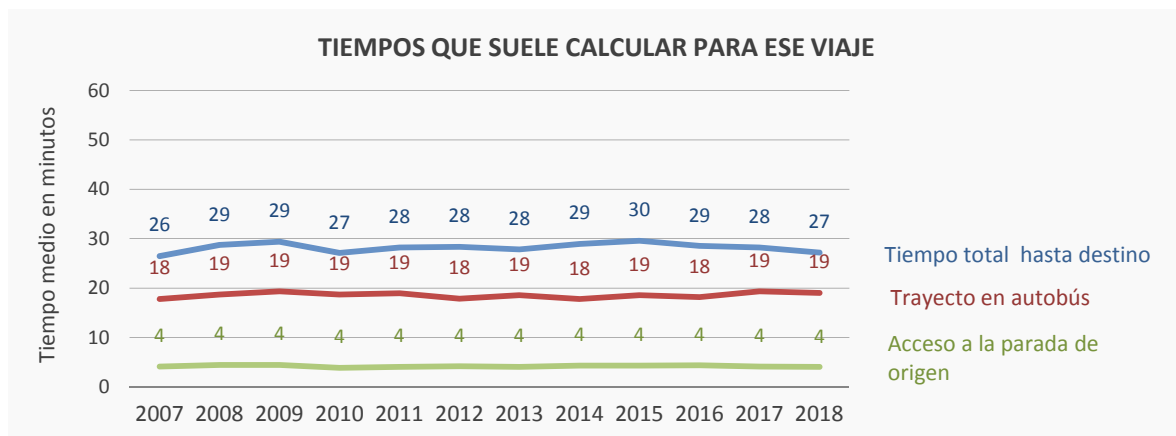
Según las respuestas de los propios usuarios y usuarias del servicio:

- 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 19 minutos. Quienes residen en la Comarca calculan un tiempo de trayecto en bus de 21 minutos y quienes residen en Pamplona de 17 minutos. En el grupo de edad más joven calculan un tiempo de trayecto de 22 minutos y desciende hasta 16 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 27 minutos.

El 86% 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 14% emplean más de 5 minutos.

Para el 72% 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 9% más de 30 minutos.

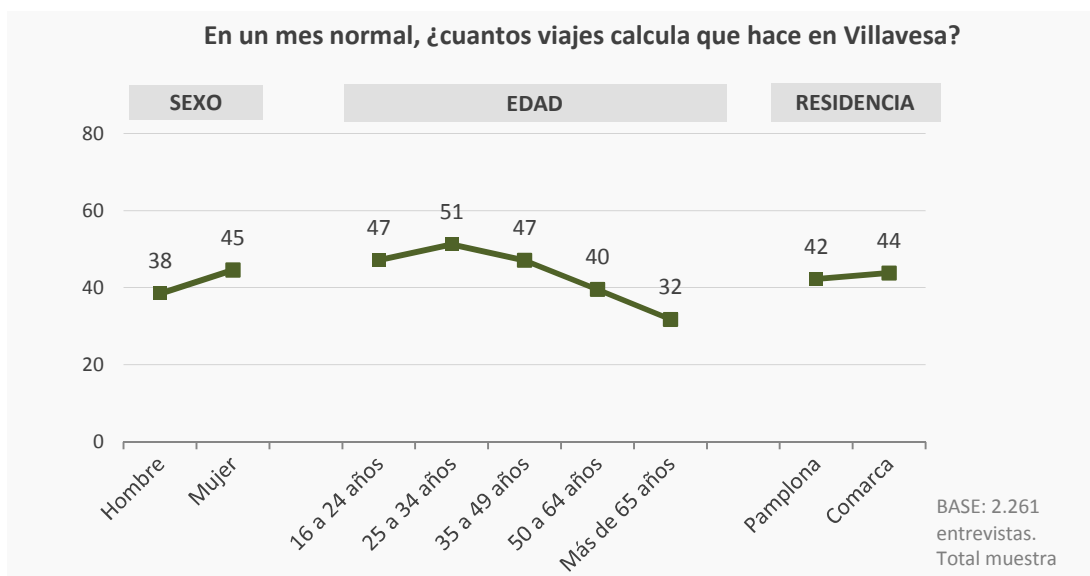
El tiempo total que se suele calcular desde el origen de su viaje hasta su destino final, teniendo en cuenta el tiempo de acceso a la parada de origen y el tiempo de dispersión desde la parada de destino, es inferior a 30 minutos para el 73% de las personas usuarias del servicio, para el 15% es de 31 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 43 viajes al mes en el Transporte Urbano. El 48% calculan que realizan menos de 35 viajes al mes, el 33% calculan entre 35 y 65 viajes al mes y el 19% realizan más de 65 viajes al mes.

Los grupos de edad entre 16 y 49 años calculan que hacen cerca de 50 viajes al mes y desciende a 40 viajes en el grupo de 50 a 64 años y a 32 viajes en el grupo de más de 65 años.



Las mujeres calculan una media de 45 viajes al mes y utilizan el TUC en mayor medida que los hombres para ir al trabajo (el 39% frente al 28% en los hombres) y para hacer compras (el 12% frente al 9% en los hombres). Los hombres utilizan el TUC en mayor medida que las mujeres para ir a estudiar (el 15% frente al 11% en las mujeres) y para ocio, deporte, visitas, médicos y gestiones (el 38% frente al 30% en las mujeres).

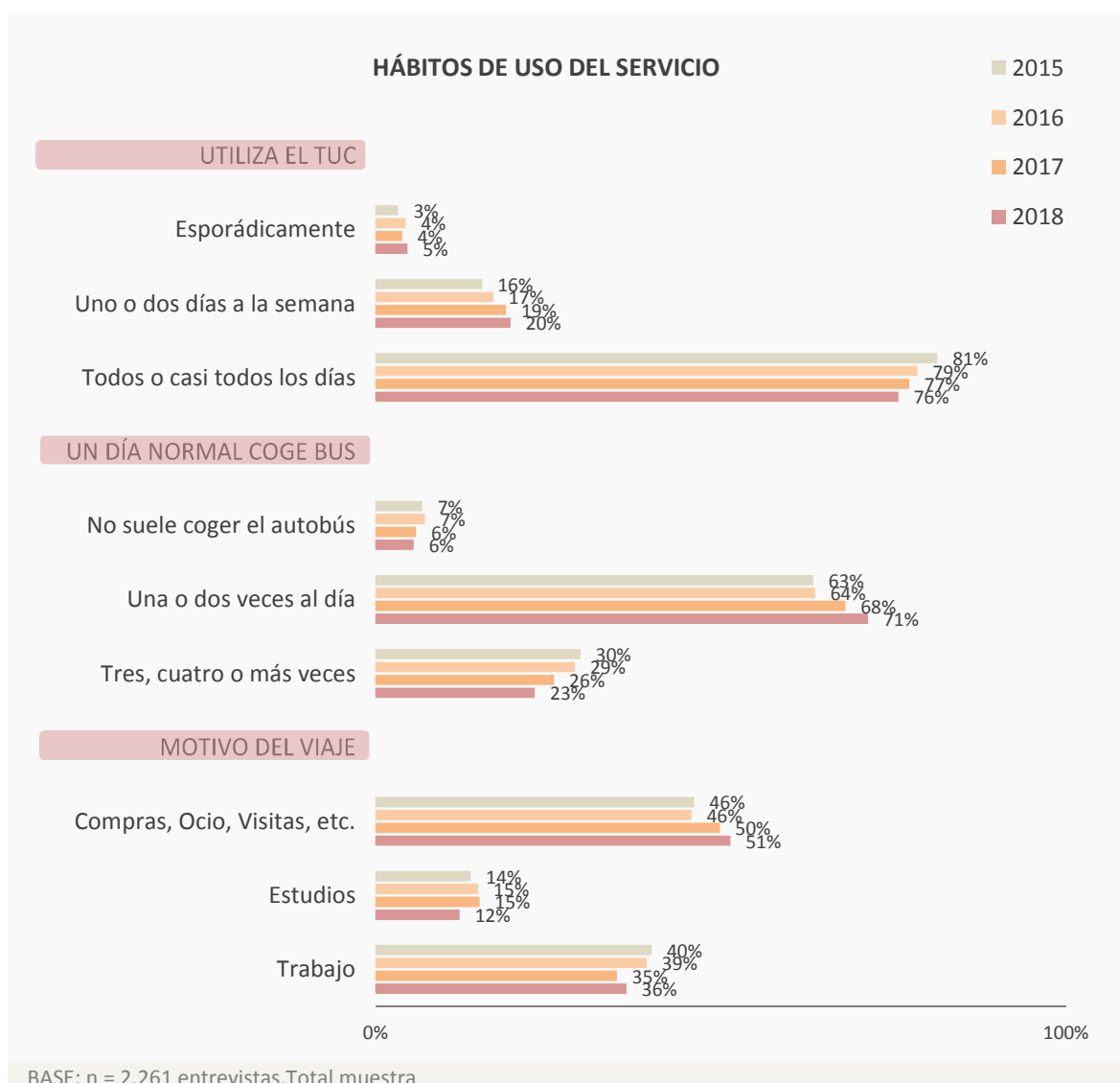
FRECUENCIA DE USO SEMANAL	<ul style="list-style-type: none"> • El 76% cogen el TUC todos o casi todos los días laborables • El 20% uno o dos días a la semana o varias veces al mes • El 5% de forma esporádica.
INTENSIDAD DE USO en un día normal	<ul style="list-style-type: none"> • El 71% cogen el TUC una o dos veces al día • El 23% tres, cuatro o más veces • El 6% no suelen coger el TUC
MOTIVO DEL VIAJE (de origen o destino)	<ul style="list-style-type: none"> • El 51% lo cogen para compras, ocio, gestiones, visitas... • El 36% para trabajo • el 12% para estudios

En la **EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE USO** destaca el descenso progresivo de usuarios y usuarias con mayor frecuencia de uso del servicio y el aumento de quienes cogen el TUC una o dos veces por semana y una o dos veces al día.

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

En cuanto a la intensidad de uso en un día normal, igualmente aumenta el peso de quienes cogen el bus una o dos veces al día, en detrimento de quienes cogen tres o más veces al día.

En los motivos del viaje, aumenta el peso de los motivos no obligados como compras, ocio, visitas a médicos o gestiones y pierden peso los motivos de viaje obligados, trabajo y estudios.

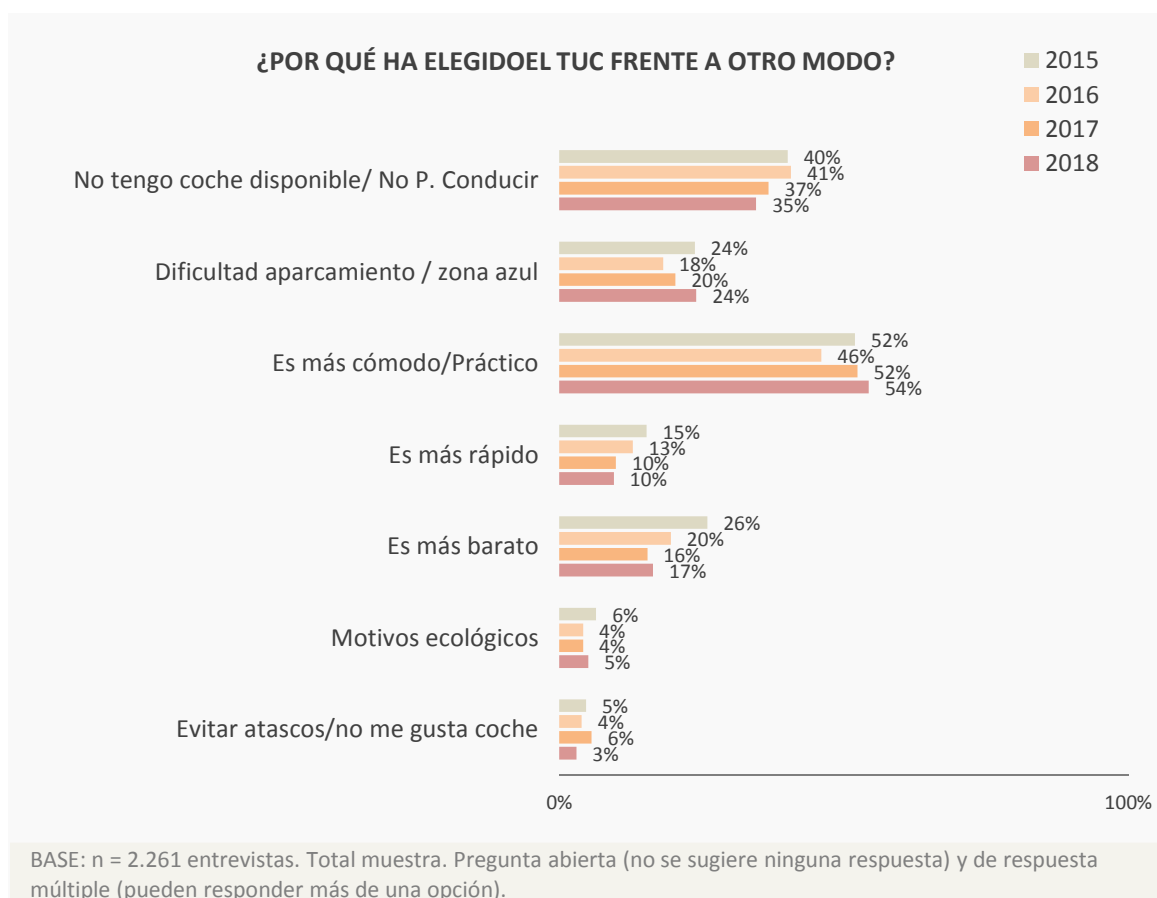


Preguntados por las **RAZONES POR LAS QUE HA ELEGIDO EL TUC** en lugar de otro modo de transporte, recogidas en una pregunta abierta (no se sugiere ningún motivo y pueden señalar varios), mencionan principalmente: No tener coche disponible o permiso de conducir (35%); Dificultades de aparcamiento/zona azul (24%); la Comodidad o es práctico (54%); Economía (17%); Rapidez (10%) y Ecología (5%).

Las mujeres eligen en mayor proporción el TUC que los hombres porque no tienen coche disponible (el 39% de las mujeres frente al 27% de los hombres) y los hombres eligen en mayor proporción el TUC que las mujeres porque les resulta más barato, motivo aducido por el 22% de los hombres y por el 14% de las mujeres.

En la evolución de los motivos de elección de este modo, aumenta el porcentaje de quienes han elegido el TUC por las dificultades de aparcamiento, del 20% al 24%, y porque les resulta más cómodo y práctico, del 52% al 54%. Disminuyen quienes eligen el TUC porque no tienen coche. Las razones ecológicas se mantienen en un porcentaje residual.

Ante la pregunta directa sobre si podían realizar el viaje en coche o moto (como conductor o acompañante), el 36% no tenían esta alternativa frente al 64% que sí podían realizar el viaje en coche o moto. La diferencia en las respuestas de hombres y mujeres no es significativa.

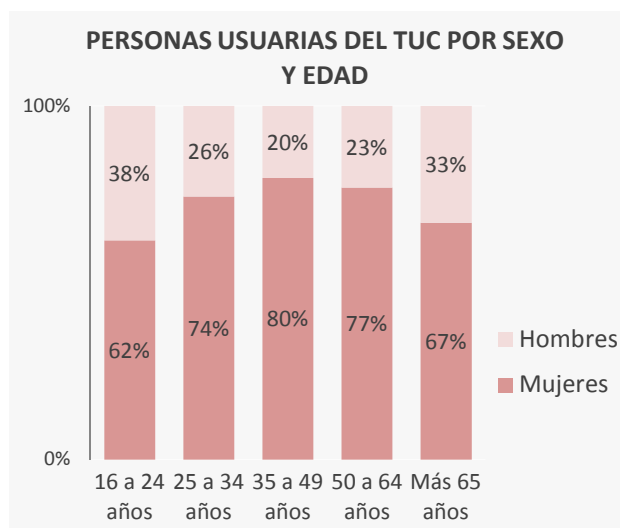


1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

El 73% 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, en mayor proporción, en los grupos de 25 a 65 años.



CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS DE LAS PERSONAS USUARIAS

EDAD	<ul style="list-style-type: none"> De 16 a 24 años 16% De 25 a 34 años 11% De 35 a 49 años 29% De 50 a 64 años 28% Más de 65 años 17%
NIVEL DE ESTUDIOS	<ul style="list-style-type: none"> Universitarios 33% Medios 55% Primarios 12%
SITUACIÓN LABORAL	<ul style="list-style-type: none"> Ocupada 55% Estudiante 13% Parada 7% Labores hogar 5% Jubilada 20%
LUGAR DE RESIDENCIA	<ul style="list-style-type: none"> Pamplona 54% Comarca 46%
LUGAR DE ORIGEN	<ul style="list-style-type: none"> • Han vivido siempre en Pamplona o Comarca (66%) • Resto de Navarra (9%) • Otras comunidades autónomas (11%) • Otros país (14%) <ul style="list-style-type: none"> ○ Iberoamérica (11%) ○ Europa (2%) ○ Otros países (1%).

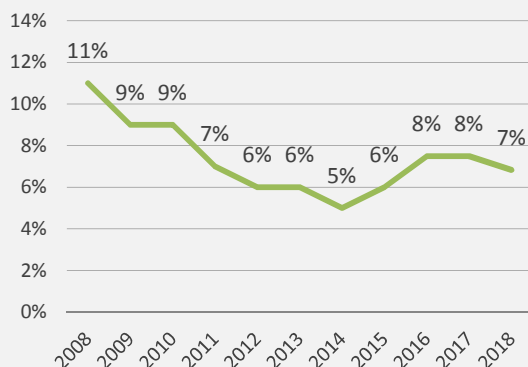
1.4. NUEVOS USUARIOS Y USUARIAS DEL T.U.C.

En Noviembre de 2018, el **7%** 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)	7%
Entre 1 y 5 años	18%
Seis o más años	71%
Utiliza TUC muy poco o nada	5%
TOTAL PERSONAS USUARIAS TUC	100%

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



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

LUGAR DE ORIGEN	<ul style="list-style-type: none"> El 53% llevan viviendo en Pamplona o Comarca menos de 2 años, el 45% menos de un año. El 66% son oriundos de fuera del ámbito de la Mancomunidad, de otros países (40%), de otras comunidades autónomas (18%) y del resto de Navarra (9%). Respecto a 2017 se mantiene el porcentaje de nuevos usuarios y usuarias de origen extranjero en el 40%.
CARACTERÍSTICAS DEMOGRÁFICAS	<ul style="list-style-type: none"> Los nuevos usuarios y usuarias son más jóvenes que la media, el 49% tienen menos de 34 años frente al 27% en el conjunto de la red. Hay una mayor proporción de estudiantes, suponen el 20%, y en situación laboral ocupada, el 60% frente al 55% de la red. Hay una mayor proporción de hombres, el 34% de los nuevos usuarios.
HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO	<ul style="list-style-type: none"> Cogen el TUC con mayor frecuencia semanal, el 85% cogen el TUC todos o casi todos los días frente al 76% de media en la red. En los motivos de viaje tienen mayor peso los Estudios, 19% frente al 12% en la red, y el trabajo, 43% frente a 36% de la red. El 39% de los nuevos usuarios y usuarias son cautivas en cuanto que no podían realizar el viaje en coche o moto.

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

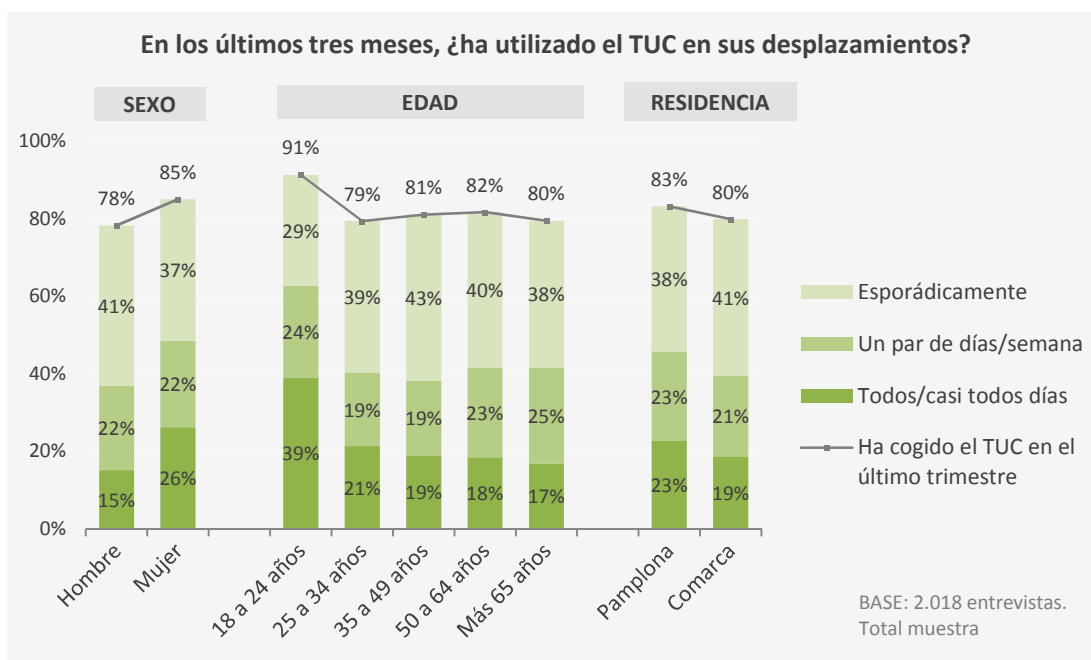
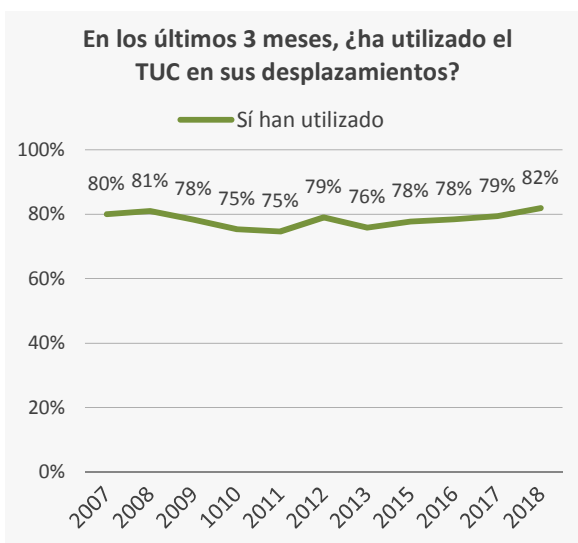
En las encuestas que realiza la Mancomunidad/SCPSA a lo largo del año sobre muestras representativas de la población residente en Pamplona y Comarca para recoger la opinión ciudadana sobre los servicios que presta, se pregunta si han utilizado el TUC en los últimos tres meses y con qué frecuencia semanal. Estas encuestas se realizan en Mayo o Junio y tienen un tamaño de muestra entre 1.000 y 2.000 entrevistas.

En 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:

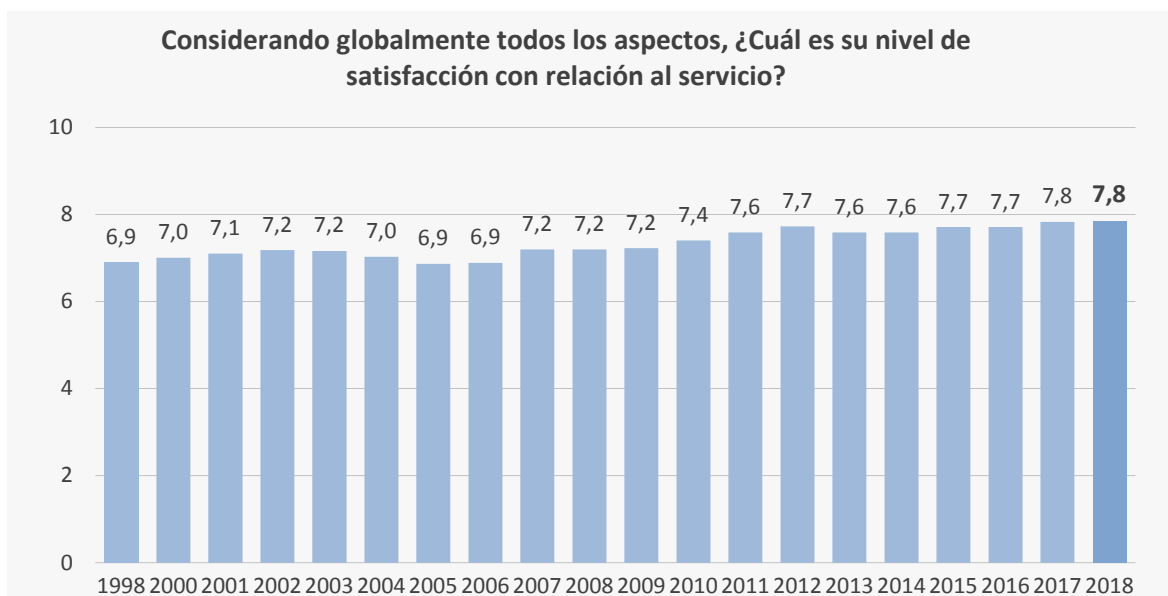
1. Por un lado, la **SATISFACCIÓN GLOBAL autoexpresada**, que es la valoración que las personas usuarias del TUC realizan globalmente del servicio y responde a la pregunta: Considerando globalmente todos los aspectos, ¿Cuál es su nivel de satisfacción con relación al servicio?
2. Por otro lado, la **satisfacción 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 2018 el grado de **SATISFACCIÓN GLOBAL con el Servicio** alcanza un valor de 7,8 sobre 10.

El 86% de las personas usuarias se han mostrado satisfechas con el servicio, puntuando su nivel de satisfacción global con valores de 7 o superiores, el 11% 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 2011 y alcanza en 2017 y 2018 el valor más elevado.



Cruzando la Satisfacción Global con las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de las personas usuarias del TUC, se observan diferencias significativas según el tiempo que se calcula para el viaje y según algunas características demográficas como el sexo, la edad, nivel de estudios, si residen en Pamplona o en los municipios de la Comarca, el tiempo residiendo aquí y el lugar de origen.

MUESTRAN UN MAYOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL	MUESTRAN UN MENOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús inferior a 20 minutos (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo de trayecto en autobús superior a 21 minutos (7,6)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo total de viaje inferior a 40 minutos (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Calculan un tiempo total de viaje superior a 40 minutos (7,4)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pagan el viaje con tarifa para mayores de 65 años (8,0) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pagan el viaje con tarjeta bonobús (7,8)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevan entre uno y seis años viviendo en Pamplona o Comarca (8,0) y su origen es extranjero (8,6) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Siempre han vivido en Pamplona o Comarca (7,7)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nuevos usuarios y usuarias (8,2) o llevan menos de cinco años utilizando el TUC (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Llevan más de 16 años utilizando el TUC (7,7)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ No podían realizar el viaje en coche o moto (8,0) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tenían alternativa para realizar el viaje en coche o moto (7,8)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hombres (8,1) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mujeres (7,8)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Residen en Pamplona (7,9) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Residen en la Comarca (7,7)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienen menos de 25 años (8,0) y más de 65 años (8,0) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tienen entre 50 y 64 años (7,7)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han cursado estudios primarios (8,3) 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Han cursado estudios universitarios (7,7)

No alcanzan significación estadística las diferencias observadas en la satisfacción global según los hábitos de uso del servicio, la frecuencia de uso semanal, la intensidad de uso en un día normal, el motivo del viaje, la hora del viaje o si han necesitado transbordo.

Con el fin de definir con mayor precisión el perfil de quienes muestran 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 dos grupos claramente diferenciados**:

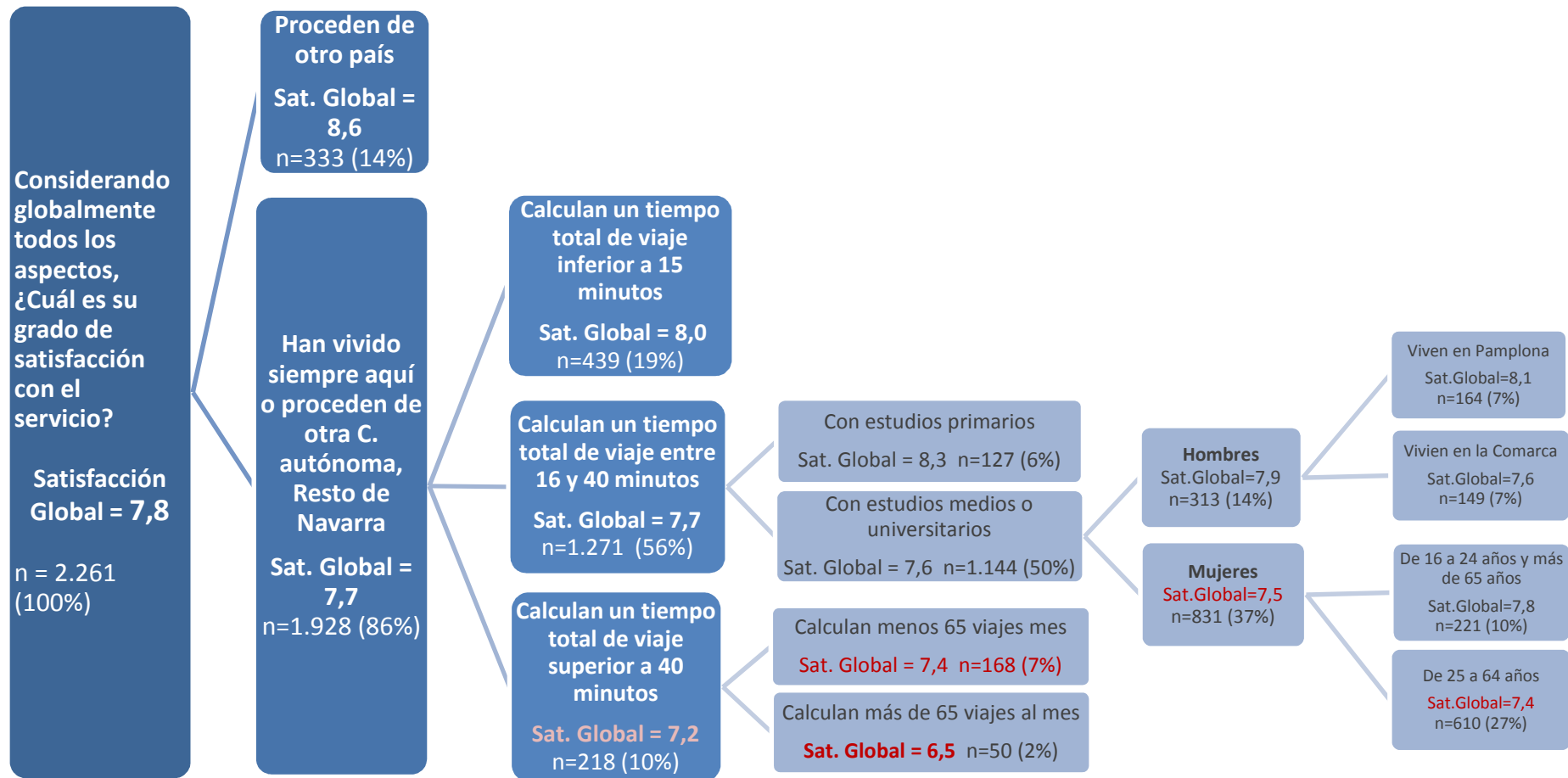
1. Las **PERSONAS USUARIAS DE ORIGEN EXTRANJERO** con un grado de satisfacción global con el servicio muy elevado (8,6) y suponen el 14%. En este grupo el análisis no arroja más subgrupos.
2. El **RESTO DE USUARIOS Y USUARIAS. Siempre han vivido en Pamplona o Comarca** (66%) o proceden del **resto de Navarra** (9%) o de **otras comunidades autónomas** (11%), con un grado de satisfacción global de 7,7.

En este numeroso grupo el grado de satisfacción global con el servicio depende del **tiempo total que calculan para el viaje y se distinguen tres subgrupos**:

- En el primer grupo se ubican quienes calculan un **TIEMPO TOTAL DE VIAJE INFERIOR A 15 MINUTOS**, muestran un grado de satisfacción elevado (8,0) y suponen el 19% de las personas usuarias del TUC.
- El segundo grupo es el más numeroso (suponen el 56%), calculan un **TIEMPO TOTAL DE VIAJE ENTRE 16 Y 40 MINUTOS** y registran un grado de satisfacción de 7,7. En este grupo se distinguen quienes tienen **estudios primarios** con una satisfacción global muy elevada (8,3) y quienes tienen **estudios medios o superiores** con una satisfacción global menor (7,6) y suponen la mitad de las personas usuarias de la red.

En este grupo con **estudios medios o superiores, los hombres** muestran un mayor grado de satisfacción (7,9) y especialmente si **residen en Pamplona** (8,1) frente a los usuarios que **residen en la Comarca** (7,6). Las **mujeres** muestran una menor satisfacción (7,5), y desciende hasta 7,4 **si tienen entre 25 y los 64 años**.

- En el tercer grupo calculan un **TIEMPO TOTAL DE VIAJE SUPERIOR A 40 MINUTOS** y muestran un menor grado de satisfacción global (7,2). En este grupo quienes calculan menos de 65 viajes al mes puntúan su satisfacción global con 7,4 y quienes calculan más de 65 viajes muestran el nivel de satisfacción global más bajo (6,5) y suponen el 2% de las personas usuarias de la red.



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 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. Seguridad en las paradas (seguridad para coger o bajarse del autobús)
3. Red que permita acceder a todas las zonas
4. Horario de servicio amplio (empiezan pronto por la mañana y terminan tarde por la noche)
5. Puntualidad en horarios y frecuencias
6. Conducción sin brusquedad, ágil pero no peligrosa
7. Se viaja cómodo, holgado, sin ir apretados
8. Contaminación atmosférica de los buses
9. Frecuencia de paso del servicio
10. Claridad de la información sobre líneas y recorridos

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 ocho atributos. En las usuarias la Conducción sin brusquedad, ágil pero no peligrosa y el Precio del viaje se sitúan entre los 10 más importantes. Los usuarios sitúan en los 10 primeros puestos los Autobuses limpios y cuidados y la Claridad en la información sobre líneas y recorridos.

PUNTUACIONES DE IMPORTANCIA

Atributos de calidad ordenados de mayor a menor importancia

Media valores de importancia = 9,0



BASE: 2.261 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:

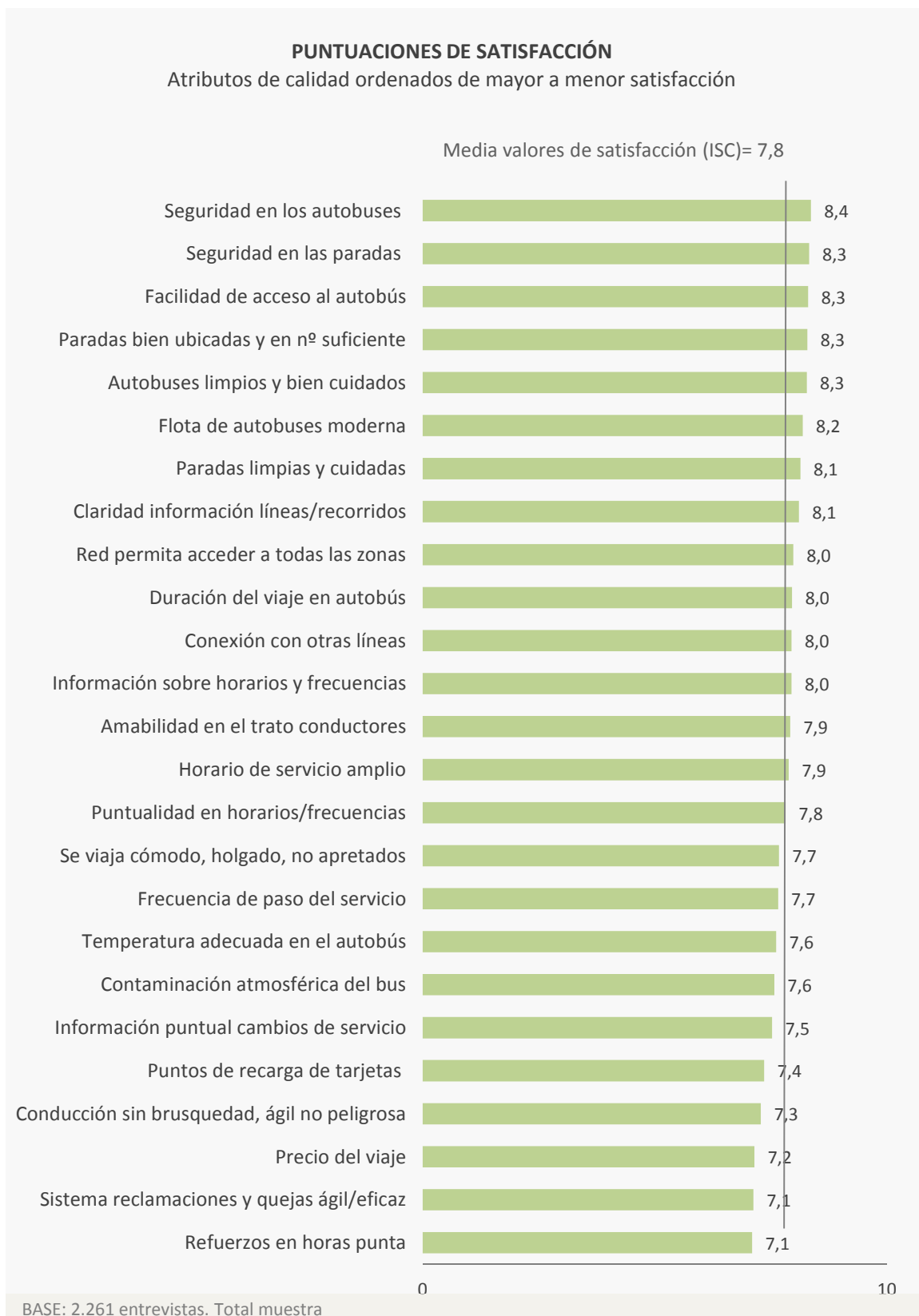
1. Seguridad en los autobuses (ausencia de altercados, vandalismo, etc.) (8,4)
2. Seguridad en las paradas (seguridad para coger o bajarse del autobús) (8,3)
3. Facilidad de acceso al autobús (fácil subir, silletas, etc.) (8,3)
4. Paradas bien ubicadas y en número suficiente (8,3)
5. Autobuses limpios y bien cuidados (8,2)
6. Flota de autobuses moderna (8,2)

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

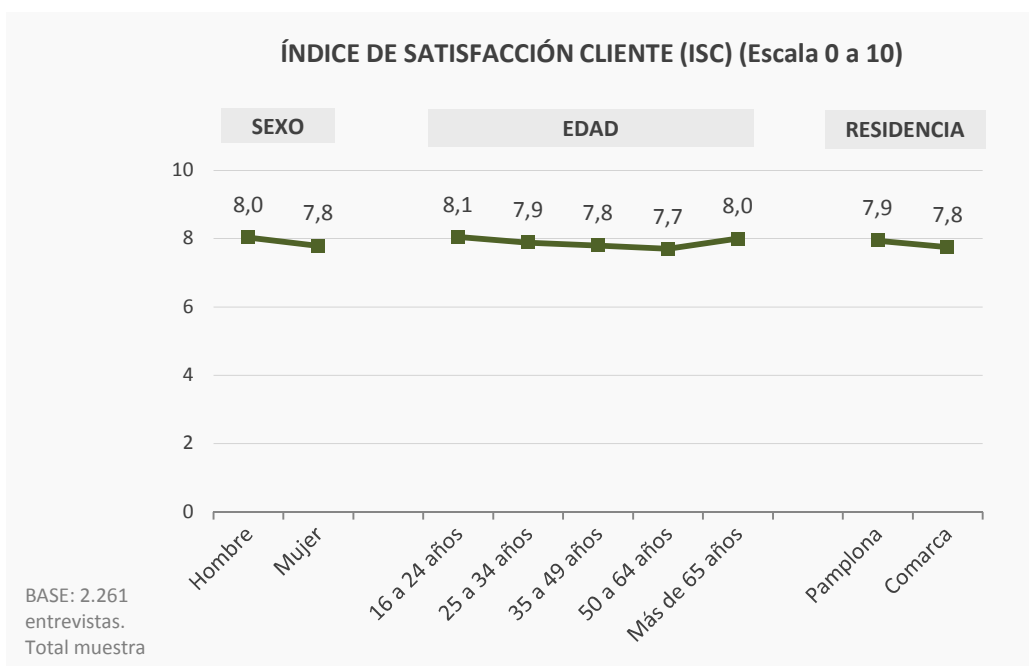
21. Puntos de recarga tarjetas (7,4)
22. Conducción adecuada, sin frenazos ni brusquedades, ágil pero no peligrosa (7,3)
23. Precio del viaje (7,2)
24. Sistema de reclamaciones y quejas ágil y eficaz (7,1)
25. Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones (7,1)

En 2018, 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**.





El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** es más elevado en los usuarios (8,0) que en las usuarias (7,8). Destacan las diferencias observadas en el Precio del viaje, puntuado con 7,5 por los hombres y con 7,0 por las mujeres; Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones, hombres (7,6) y mujeres (6,9); y sistema de reclamaciones ágil y eficaz, hombres (8,0) y mujeres (6,8).



Según la edad, las personas usuarias que tienen entre 50 y 64 años valoran peor la mayor parte de los aspectos del servicio, especialmente los relativos al Confort, Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones, el Precio del viaje y es Sistema de reclamaciones, este grupo de edad registra un ISC de 7,7. El grupo más joven y el grupo de más edad muestran un índice de satisfacción significativamente mayor, alcanzando o superando el 8.

Por zona de residencia, quienes residen en Pamplona registran un ISC de 7,9 y quienes residen en la Comarca un ISC de 7,8. En la Comarca valoran comparativamente peor la frecuencia de paso, el horario de servicio amplio, la duración del viaje y el sistema de reclamaciones ágil/eficaz.

3.3. EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

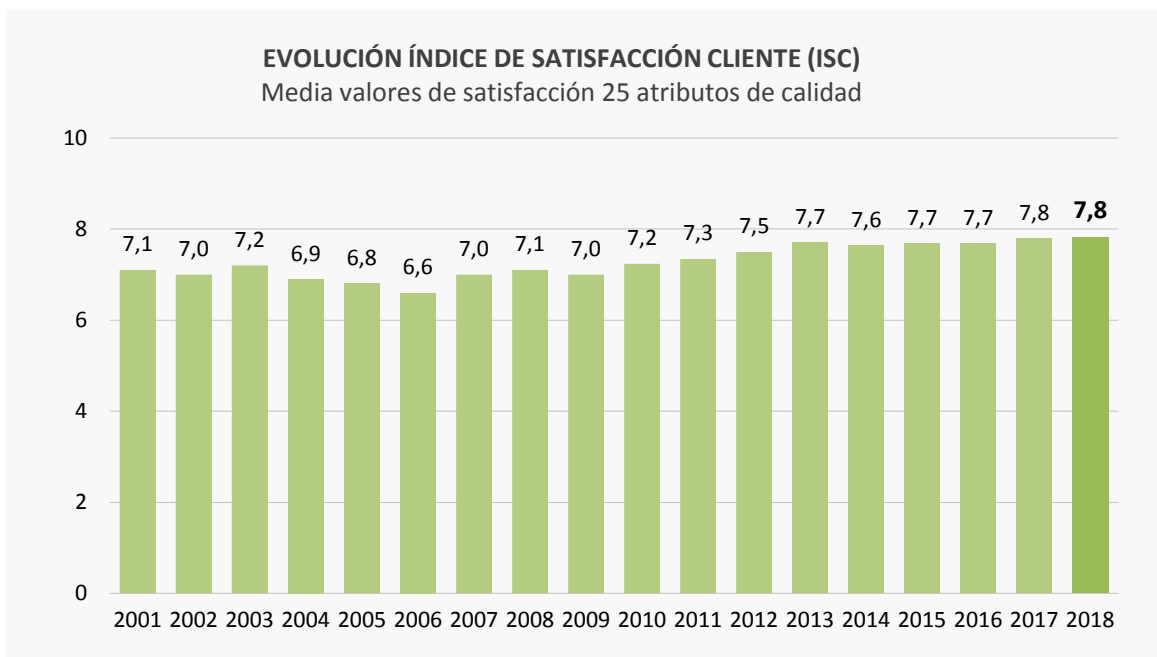
Respecto a 2017, todos los factores y variables de calidad mantienen sus valores de satisfacción y las diferencias que se observan no alcanzan significación estadística.

Aunque sin ser estadísticamente significativa con respecto a la medición anterior, aumenta el grado de satisfacción con el Precio del viaje, continuando la tendencia al alza observada desde que se implantaron los abonos 30 días, y mejora también la satisfacción con la Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias, de 7,6 (2017) a 7,8 (2018). Desciende ligeramente el grado de satisfacción con la Contaminación atmosférica de los autobuses.

PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN ATRIBUTOS DE CALIDAD
Diferencias más acusadas 2017 – 2018

	2017	2018
Precio del viaje	7,0	7,2
Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias	7,6	7,8
Contaminación atmosférica del autobús	7,8	7,6

El **Índice de Satisfacción Cliente (ISC)** mantiene una tendencia sostenida desde 2013 y en 2017 y 2018 alcanza el valor más elevado.



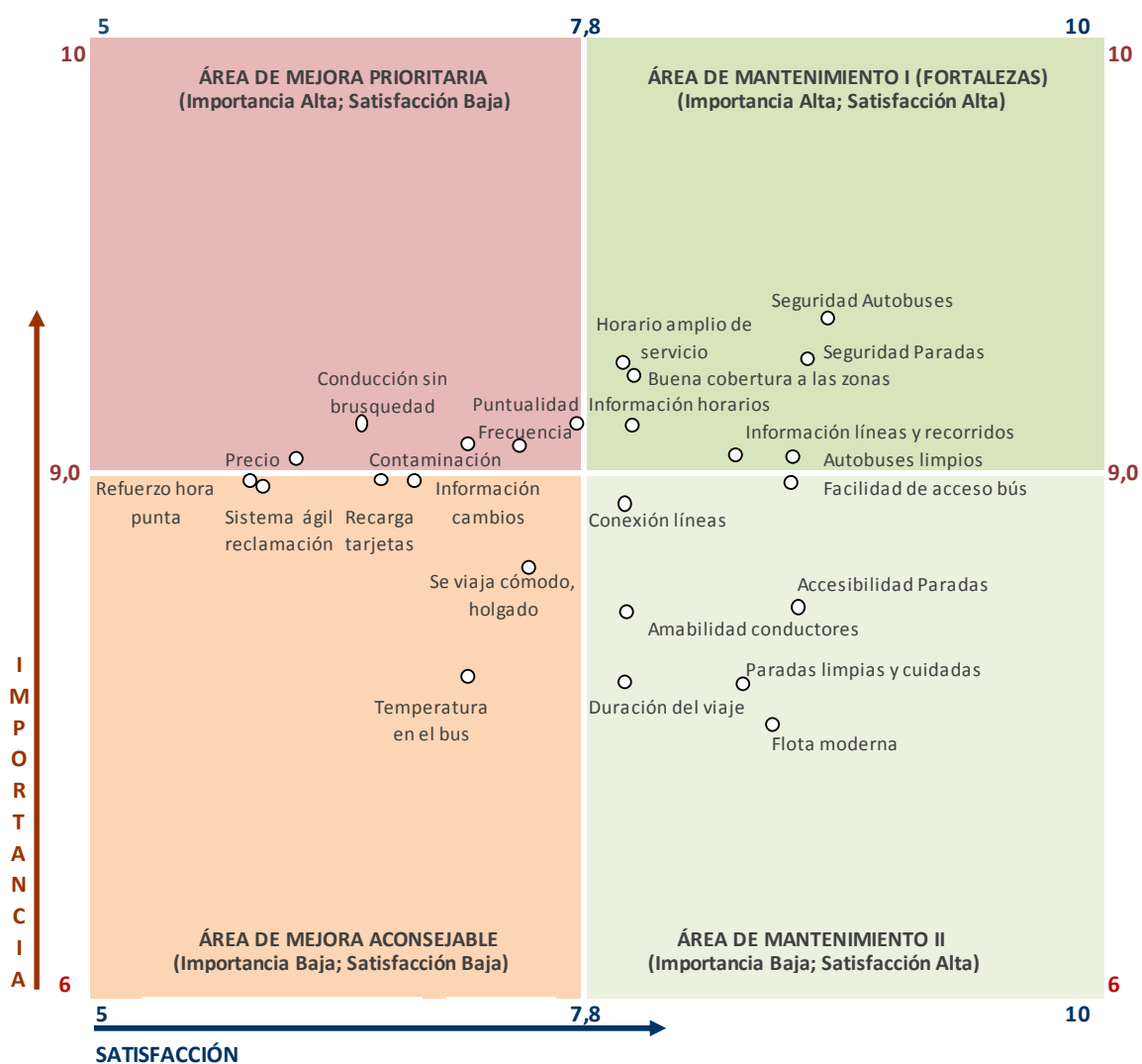
EVOLUCIÓN NIVELES DE SATISFACCIÓN

FACTORES Y VARIABLES DE CALIDAD	PUNTUACIONES DE SATISFACCIÓN											
	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
OFERTA DE SERVICIO	6,6	6,8	6,8	7,1	7,1	7,3	7,5	7,4	7,5	7,5	7,7	7,7
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	8,0
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	7,9
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	7,7
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	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	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	7,2
ACCESIBILIDAD	7,3	7,2	7,3	7,4	7,5	7,7	7,9	7,8	7,9	7,9	8,0	8,0
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	8,3
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	8,3
Puntos de recarga de tarjetas	6,9	6,6	6,7	6,7	6,7	7,0	7,0	6,9	7,1	7,2	7,3	7,4
INFORMACIÓN	7,1	7,2	7,1	7,5	7,4	7,6	7,8	7,8	7,8	7,7	7,9	7,9
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	8,1
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	8,0
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	7,5
DURACIÓN	6,8	6,9	6,9	7,2	7,4	7,6	7,9	7,8	7,8	7,8	7,8	7,9
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	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	7,8
CALIDAD ATENCIÓN	6,9	6,9	6,6	7,1	7,3	7,4	7,6	7,6	7,6	7,6	7,8	7,8
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	7,2
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	7,9
CONFORT	7,2	7,3	7,2	7,2	7,4	7,5	7,7	7,5	7,6	7,7	7,9	7,9
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	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	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	7,7
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	7,6
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	7,3
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	8,2
SEGURIDAD	7,7	7,7	7,7	7,7	8,0	8,1	8,3	8,4	8,4	8,2	8,4	8,4
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	8,4
Seguridad en las paradas												8,3
IMPACTO MEDIO AMBIENTE	7,0	7,0	6,9	7,2	7,1	7,3	7,5	7,6	7,5	7,3	7,8	7,6
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	7,6
ÍNDICE DE SATISFACCIÓN CLIENTE	7,0	7,1	7,0	7,2	7,3	7,5	7,7	7,6	7,7	7,7	7,8	7,8

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.

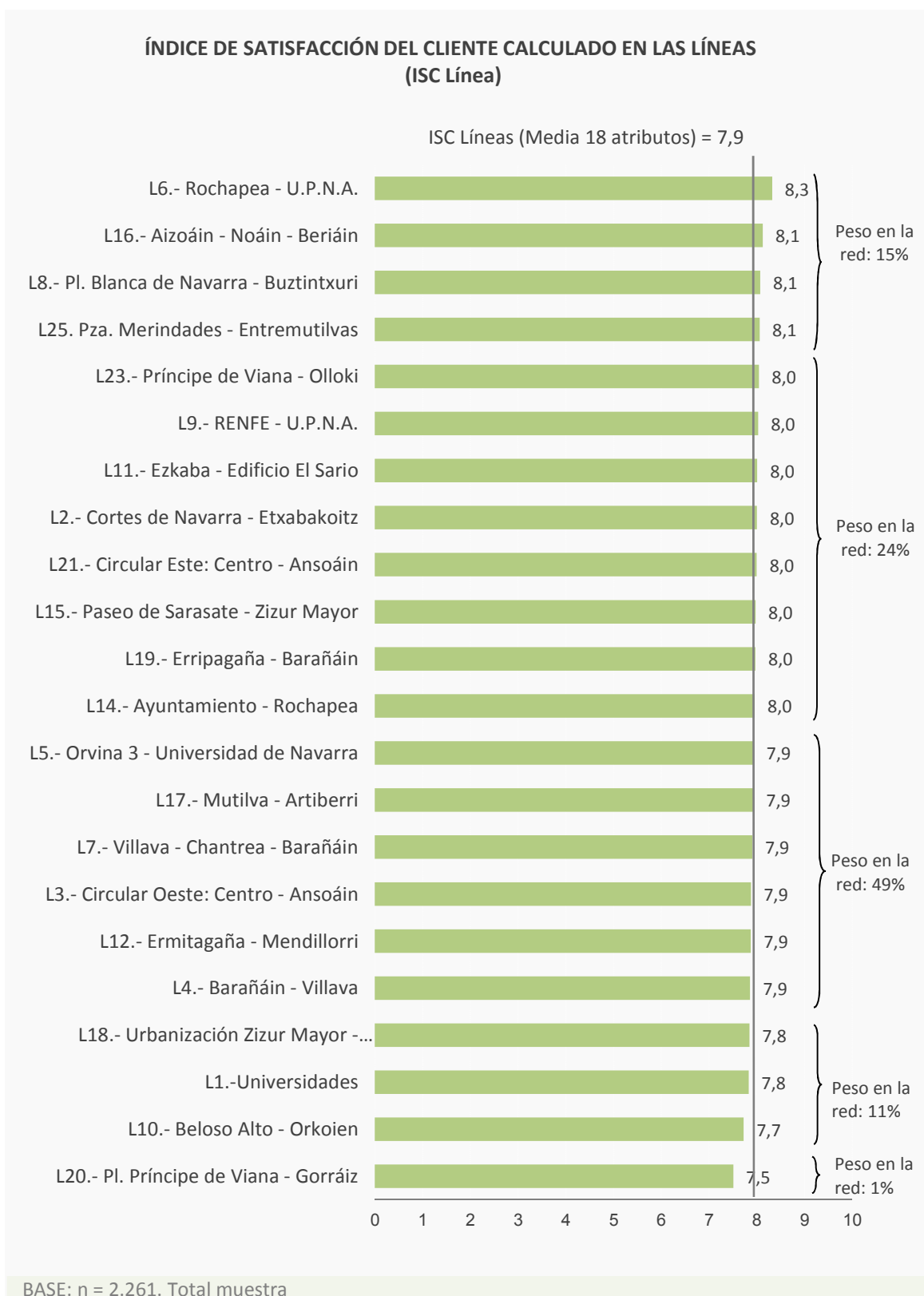
Se recalcula el Índice de Satisfacción del Cliente con los 18 atributos específicos de la línea en la que se ha realizado el viaje (**ISC Línea**) y **en 2018 arroja un resultado global de 7,9 sobre 10 para el conjunto de la red**. Es algo más elevado que el ISC calculado con los 25 atributos del sistema de calidad (7,8).

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

- Cuatro líneas registran un **ISC Línea por DEBAJO DEL VALOR MEDIO DE LA RED**:

La línea **L20** (Pl. Príncipe de Viana - Gorraiz), con un **ISC Línea = 7,5 es la peor valorada de la red**. La línea **L10** (Beloso Alto – Orkoien) registra un **ISC Línea = 7,7** y las líneas **L1** (Universidades) y **L18** (Urbanización Zizur Mayor – Sarriguren) registran un **ISC Línea = 7,8**. Estas cuatro líneas abarcan el 12% de los viajes de la red.

- En la **MEDIA DE LA RED, con un ISC Línea = 7,9** se sitúan seis líneas **L4, L12, L3, L7, L17 y L5** y suponen el 49% de los viajes de la red.
- **Por ENCIMA DEL VALOR MEDIO DE LA RED, con un ISC Línea = 8 o superior**, se sitúan 12 líneas, **L14, L19, L15, L21, L2, L11, L9, L23, L25, L8, L16 y L6**. Estas líneas abarcan el 39% de los viajes de la red.



5. OTRAS VALORACIONES DEL SERVICIO

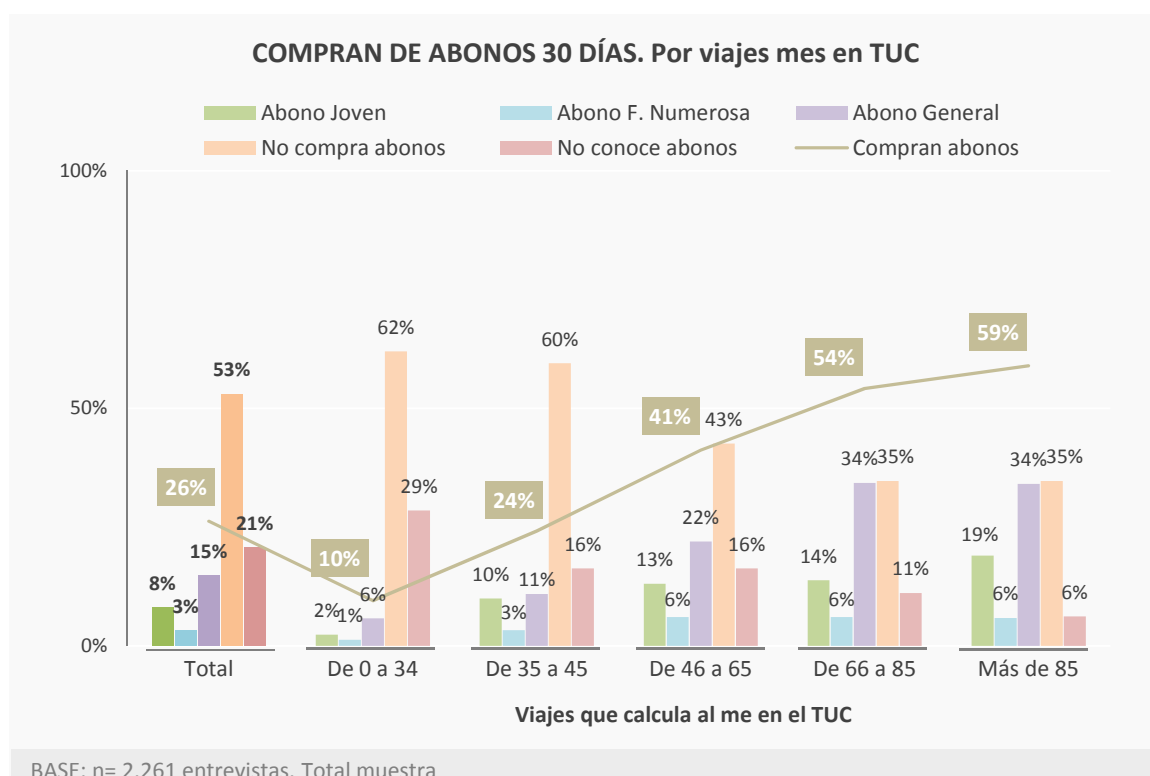
5.1. EL SISTEMA TARIFARIO

En este apartado se analiza la notoriedad y el grado de penetración de los abonos 30 días entre las personas usuarias del TUC. 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 90% si calculan que hacen más de 65 viajes al mes.

El 26% de las personas usuarias del Transporte Urbano compran habitualmente abonos 30 días. El 15% compran abonos 30 días de modalidad general, el 8% 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 19% de las personas usuarias del TUC, el 57% compran abonos 30 días, el 34% compran abonos de modalidad general, el 16% el abono joven y el 6% el abono para familias numerosas.



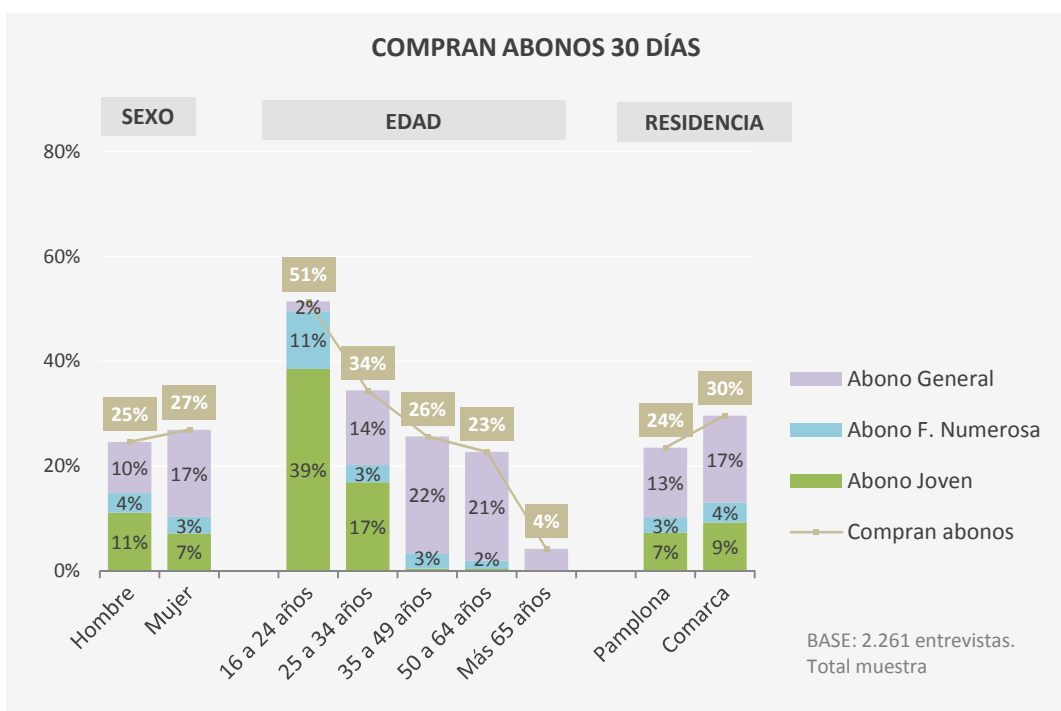
Se observan diferencias significativas en la compra de abonos 30 días según **las características demográficas de las personal usuarias**.

Los abonos 30 días tienen una especial aceptación en el grupo de edad más joven. Sólo el 8% de las personas usuarias entre 16 y 24 años desconocen los abonos. El 51% de los menores de 25 años compran habitualmente abonos, el 39% compran el Abono Joven y el 11% 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, del 51% al 34% en el grupo de 25 a 34 años y al 26% en el grupo de 35 a 49 años. A los mayores de 65 años, con su tarjeta específica, no les resulta rentable los abonos 30 días.

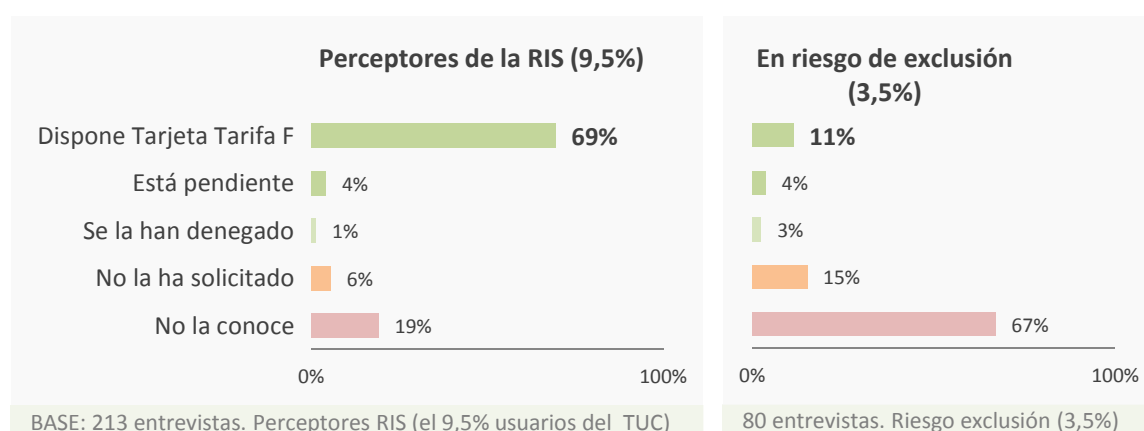
Según el sexo, el 27% de las usuarias compran abonos, el 17% el abono general, el 3% de familia numerosa y el 7% el abono joven. En los usuarios, el 25% compran abonos y compran en mayor medida el abono joven.

En cuanto al **lugar de residencia,** los abonos 30 días tienen una mayor penetración entre quienes residen en la Comarca, el 30% compran abonos habitualmente, frente al 24% entre quienes residen en Pamplona.



El 9,5% de las personas usuarias del TUC pertenecen a familias perceptoras de la RIS y otro 3,5%, 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 69% disponen de la tarjeta con Tarifa F y el 19% no conocen su existencia. Entre quienes se encuentran en situación de riesgo de exclusión social, el 11% disponen de tarjeta con tarifa F y el 67% no la conocen. Quienes **disponen de la tarjeta con Tarifa F suponen el 7% de las personas usuarias del TUC**, el mismo porcentaje que el año pasado. No se observan diferencias significativas por sexo, edad o si residen en Pamplona o Comarca.

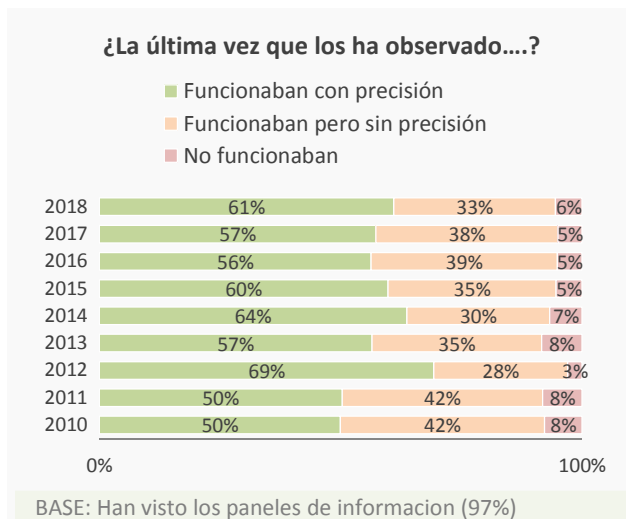


Respecto a 2017 aumenta el porcentaje de personas usuarias perceptoras de la RIS, del 7,5% al 9,4%, y se mantiene en el 7% las personas usuarias que disponen de tarjeta con tarifa F.

5.2. NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LA INFORMACIÓN DEL TUC

En 2018, **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 61% opinan que funcionan con precisión, el 33% que funcionan pero con poca precisión y el 6% opinan que no funcionan.

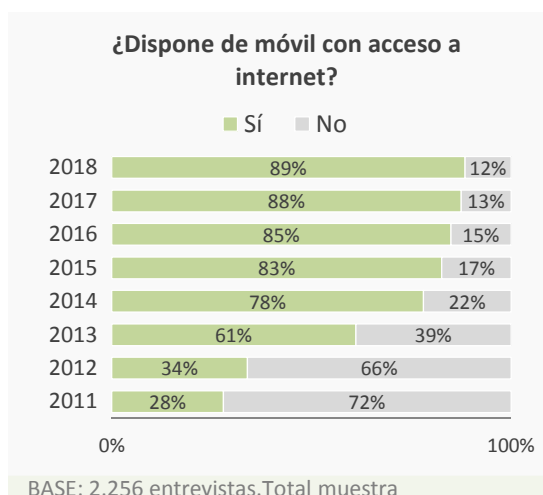
La **percepción sobre el funcionamiento de los paneles de información en paradas** sobre el tiempo de llegada del bus **es mejor** que la recogida en la medición anterior.



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 2018, el **89%** de las personas usuarias del TUC disponen de móvil con acceso a internet. El 83% tienen contratada una tarifa de datos, plana (48%) o mensual (35%).

Disponen de móvil con acceso a internet el 89% de las mujeres usuarias del TUC y el 87% de los hombres. La brecha por edad es acusada, el 99% de quienes tienen menos de 35 años disponen de este tipo de teléfonos, el 89% de quienes tienen entre 50 y 64 años y el 60% de las mayores de 65 años.



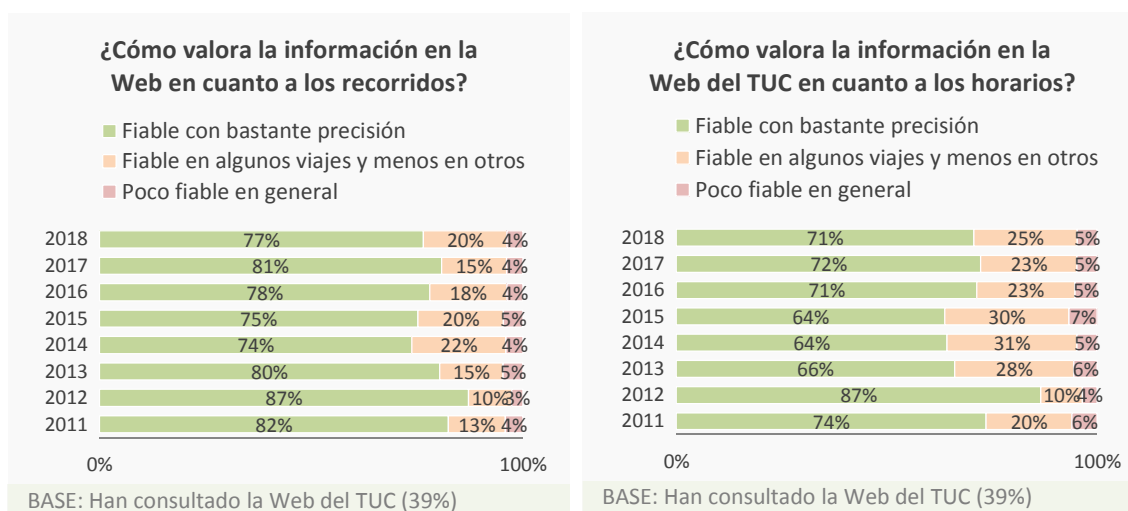
El 58% de las personas usuarias del servicio saben que pueden consultar en **GOOGLE TRANSIT** los recorridos y horarios del TUC y el **33% han realizado este tipo de búsquedas**. Se mantiene el porcentaje de personas usuarias que conocen este canal de información y, entre las que lo conocen, se mantiene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

Entre las personas entrevistadas que realizan estas consultas, el **90% lo han hecho en el teléfono móvil** y sólo el 10% en el ordenador.

El 70% opinan que el resultado de la consulta es fiable con bastante precisión. Este resultado es similar al recogido en la medición de 2017.

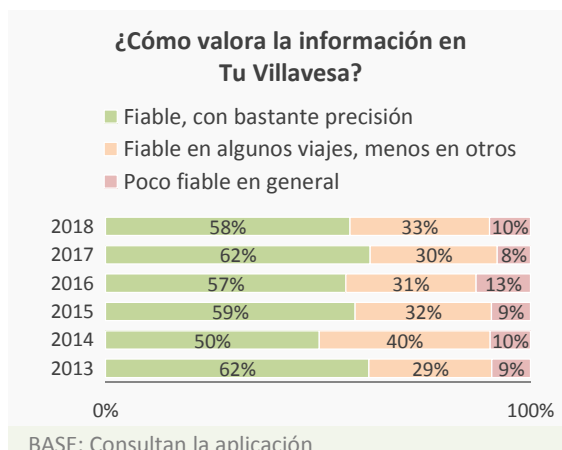
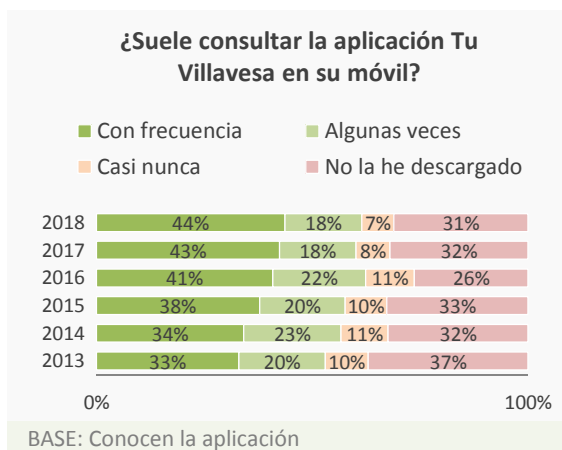
El **39% de las personas usuarias HAN CONSULTADO EN EL ÚLTIMO AÑO LA WEB DEL TUC** para buscar información sobre el servicio, recorridos, horarios, incidencias, etc. El 81% de estas consultas se realiza desde el móvil.

Entre quienes realizan consultas en la Web del TUC, al 87% les ha resultado sencillo su manejo. El 77% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre recorridos y el 71% consideran fiable con bastante precisión la información proporcionada sobre horarios.

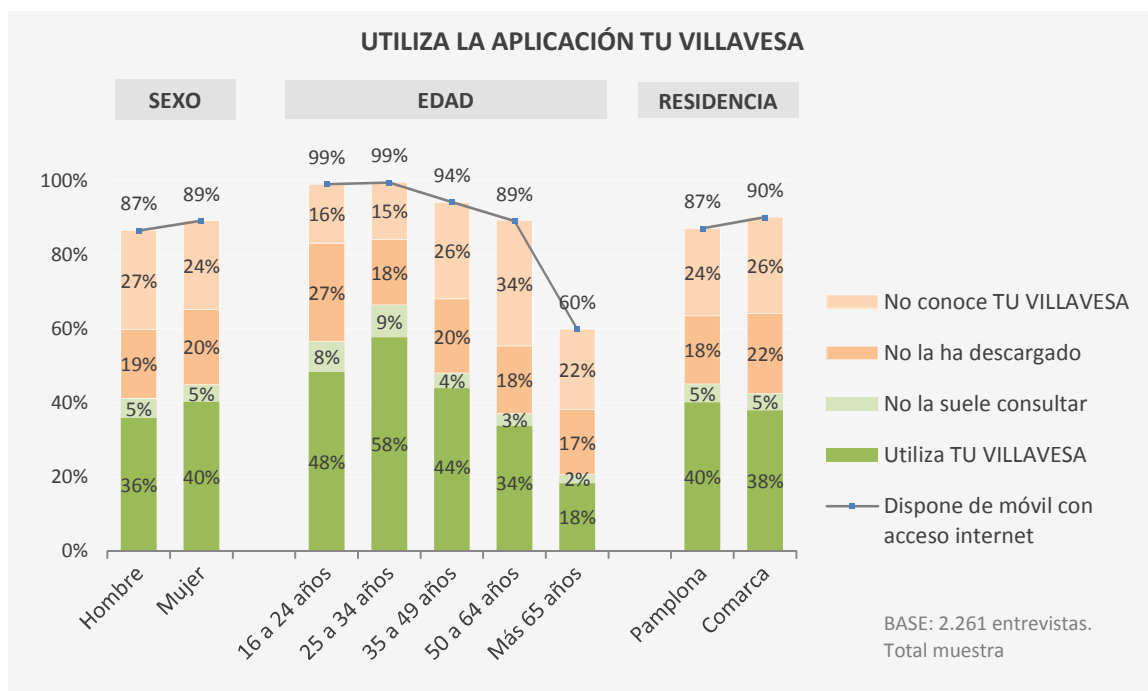


El 64% de las personas usuarias del TUC conocen la **APLICACIÓN TU VILLAVESA**, el 72% entre quienes tienen móvil con acceso a internet. Entre quienes la conocen, el 44% la consultan con frecuencia, el 18% algunas veces y el 7% nunca. Casi una tercera parte no se la han descargado.

Entre quienes consultan la información TU VILLAVESA, el 58% consideran que es fiable con bastante precisión, el 33% que es fiable en algunos viajes y menos en otros y el 10% que es poco fiable.



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. El grupo de edad de 25 a 34 años es el que utiliza esta aplicación en mayor medida y destaca el 27% de los menores de 24 años que aún no se han descargado la aplicación.



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 50% de las personas usuarias del servicio
- No ha cambiado para el 40%
- 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 83% de las personas usuarias del TUC
- A medias para el 13%
- Algo, poco o nada para el 4%.

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

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

- Caro o Muy Caro al 34% de las personas usuarias del servicio
- Normal al 56%
- 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 progresivamente hasta el 34% en 2018.