



**Mancomunidad**  
Comarca de Pamplona  
Iruñerriko  
Mankomunitatea

# **ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CALIDAD PERCIBIDA**

## **TRANSPORTE URBANO COMARCAL**

Síntesis de resultados  
Febrero 2012

---

## ÍNDICE

---

<b>CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO.....</b>	<b>3</b>
Objetivos.....	3
Metodología.....	3
Tratamiento y análisis de los datos.....	6
<b>SÍNTESIS DE RESULTADOS.....</b>	<b>7</b>
1. CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS 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 GENERALES DEL SERVICIO.....	33



---

## CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

---

### OBJETIVOS

Este estudio se plantea con los siguientes objetivos de investigación:

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

### METODOLOGÍA

El método de recogida de información es la realización de una encuesta a una muestra representativa de los usuarios del servicio.

Durante todo el período horario de operatividad de las líneas, un equipo de encuestadores con PDAs solicitan un número de teléfono con el que contactar a una muestra representativa de usuarios por líneas, periodos horarios y grupo de paradas próximas. En el mismo día o al día siguiente a la recogida del número de teléfono de contacto, desde gabinete y con tecnología CATI, se realizan las entrevistas telefónicas. Se aplica un cuestionario estructurado.

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 la de 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 al usuario del autobús urbano. Se ha aplicado un cuestionario estructurado. Previamente, un equipo de campo en la red configuró un registro de usuarios a los que entrevistar.

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

La **fecha de realización de las entrevistas** ha sido el mes de Noviembre de 2011.

El **tamaño de la muestra** ha sido de 2.257 encuestas telefónicas.

El **margen de error** para el conjunto de la red es de  $\pm 2\%$  para un Nivel de Confianza del 95,5%.

**Tipo de muestreo:** La estructura de la muestra es proporcional al número de viajes de 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 franjas horarias (las franjas horarias agrupan dos horas). Las cuotas según el flujo de viajeros por paradas o grupo de paradas de cada línea y franjas horarias se calculan a partir de los datos de las canceladoras de un día tipo de Octubre.

Para la selección final del entrevistado se ha utilizado un procedimiento aleatorio aplicado en varias etapas. Primero, se solicita el teléfono de contacto al tercero o sexto viajero subido en la parada. Después, se registra en la PDA, junto con el teléfono, la línea, parada de subida y hora, 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 realizaron un total de 3.770 entrevistas de contacto, tres por encuesta telefónica a realizar. Cada línea de autobús es entrevistada por más de un encuestador y durante varios días.

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

Para que los **resultados de la encuesta sean representativos también por líneas**, se ha cargado la muestra en las líneas más pequeñas asignando más entrevistas que las que les corresponde por número de usuarios / año, hasta un mínimo de 40 entrevistas por línea. Para los resultados globales de la red, se aplican los correspondientes coeficientes de ponderación con los que, a efectos de agregación de resultados para el conjunto de la red, se igualan las fracciones de muestreo con la proporción de usuarios que corresponde a cada una de las líneas que integran la red diurna. Para este cálculo se toman los resultados acumulados de aforos por líneas desde Enero hasta Noviembre de 2011.

LA DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR LÍNEAS ES LA SIGUIENTE:

	DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA POR LÍNEAS				
	Viajes red diurna	% por líneas	Entrevistas proporcionales	Entrevistas realizadas	factores de ponderación
<b>L1.-Universidades</b>	457.893	1,28%	29	52	<b>0,5556</b>
<b>L2.- c/ Cortes de Navarra - Etxabakoitz</b>	1.313.450	3,68%	83	90	<b>0,9229</b>
<b>L3.- 2º Ensanche - Ansoáin</b>	2.700.164	7,56%	171	154	<b>1,1080</b>
<b>L4.- Barañáin - Villava</b>	8.287.955	23,21%	524	407	<b>1,2871</b>
<b>L5.- Orvina 3 - Universidad de Navarra</b>	1.150.713	3,22%	73	81	<b>0,8972</b>
<b>L6.- Rochapea - U.P.N.A.</b>	992.326	2,78%	63	75	<b>0,8366</b>
<b>L7.- Villava - Chantrea - Barañáin</b>	3.464.507	9,70%	219	188	<b>1,1645</b>
<b>L8.- Plaza Blanca de Navarra - Buztintxuri</b>	1.262.153	3,53%	80	87	<b>0,9158</b>
<b>L9.- RENFE - U.P.N.A.</b>	1.756.783	4,92%	111	109	<b>1,0188</b>
<b>L10.- Beloso Alto - Orkoien</b>	578.284	1,62%	37	55	<b>0,6648</b>
<b>L11.- Ezcaba - Edificio El Sario</b>	1.880.905	5,27%	119	111	<b>1,0716</b>
<b>L12.- Ermitagaña - Mendillorri</b>	2.717.285	7,61%	172	152	<b>1,1300</b>
<b>L13.- San Jorge - Soto Lezkairu</b>	100.372	0,28%	6	35	<b>0,1806</b>
<b>L14.- Ayuntamiento - Rochapea</b>	247.577	0,69%	16	40	<b>0,3893</b>
<b>L15.- Paseo de Sarasate - Zizur Mayor</b>	428.432	1,20%	27	61	<b>0,4440</b>
<b>L16.- Aizoáin - Noáin - Beriáin</b>	2.700.651	7,56%	171	150	<b>1,1375</b>
<b>L17.- Mutilva - Nuevo Artica</b>	977.458	2,74%	62	71	<b>0,8710</b>
<b>L18.- Avda. San Ignacio - Sarriguren</b>	2.620.503	7,34%	166	124	<b>1,3360</b>
<b>L19.- c/ Monte Monjardín - Barañáin</b>	1.349.328	3,78%	85	93	<b>0,9174</b>
<b>L20.- Plaza Príncipe de Viana - Gorráiz</b>	479.908	1,34%	30	50	<b>0,6049</b>
<b>L22.- Yanguas y Miranda - Berriosuso</b>	137.791	0,39%	9	37	<b>0,2379</b>
<b>L23.- Avda. San Ignacio - Oloki</b>	109.677	0,31%	7	35	<b>0,1999</b>
<b>Acumulado Enero - Diciembre</b>	<b>35.714.115</b>	<b>100,00%</b>	<b>2257</b>	<b>2257</b>	<b>1,0000</b>

### CAMBIO DE MÉTODO EN 2007

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 viajeros 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 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.

## TRATAMIENTO Y ANÁLISIS DE LOS DATOS

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

### CARACTERÍSTICAS DE LA OFERTA:

- 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.
- Ha necesitado transbordo.
- Frecuencia de la línea.

### HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO:

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

### VARIABLES SOCIODEMOGRÁFICAS DEL USUARIO:

- 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).
- Pertenece a familia numerosa (tres o más hijos menores de 26 años si estudian o 21 si no estudian)

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

La explotación de los datos se ha realizado con el paquete estadístico SPSS V.19 y el programa AnswerTree 3.1 para los análisis de segmentación multivariantes. Se ha tomado el método de desarrollo CHAID Exhaustive en el análisis de segmentación de la Satisfacción Global con el servicio según las características del viaje, los hábitos de uso y las características sociodemográficas.

## SÍNTESIS DE RESULTADOS

---



Los resultados de este estudio se presentan en **CINCO APARTADOS**:

1. En el primero, se muestra **el perfil de los usuarios de Transporte Urbano Comarcal** y la evolución en estos últimos años.
2. En el segundo, se presentan los resultados del **grado de satisfacción global** con el servicio.
3. En el tercero, teniendo en cuenta las valoraciones de satisfacción con 24 variables de la calidad del servicio y la importancia que el usuario concede a cada una de estas variables, se realiza un **Análisis Estratégico de la calidad del servicio desde la óptica del usuario**.
4. En el cuarto capítulo, se presentan los resultados de **la calidad percibida en cada una de las líneas que integran la red**
5. Por último, en el quinto apartado, se muestra la percepción que tienen los usuarios sobre algunos aspectos clave en la **valoración general del servicio**: la evolución que ha experimentado el servicio del TUC este último año, su opinión sobre si la actual oferta de Transporte Público cubre sus necesidades de desplazamiento, si la línea que utiliza habitualmente se ha visto afectada por obras y la valoración del precio del servicio. En 2011 también se ha preguntado sobre la utilización de nuevas tecnologías para la consulta de recorridos, horarios o incidencias en el servicio de Transporte Urbano, si han visto los paneles de información en las paradas, si consultan la red en Google Transit o si disponen de teléfonos inteligentes con acceso a Internet con el que puedan consultar la información de interés sobre el servicio.

## 1. CARACTERÍSTICAS DE LOS USUARIOS DEL T.U.C.

En este apartado se muestran las principales características de los usuarios del Transporte Urbano Comarcal teniendo en cuenta las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas.

### 1.1. CARACTERÍSTICAS DEL VIAJE

Según las respuestas de los propios usuarios:

- El **tiempo medio de acceso** a la parada dónde cogen el autobús es de 4 minutos.
- El **tiempo medio de trayecto** en autobús es de 19 minutos.
- El **tiempo que el usuario suele calcular** desde el lugar de origen hasta el destino final de su viaje es de 28 minutos.
- El 58% de los usuarios emplean menos de tres minutos en acceder a su parada de origen y el 85% emplean menos de cinco minutos. El tiempo que tardan a su parada de origen se mantiene respecto a la última medición.
- Para el 52% de los usuarios entrevistados el tiempo de trayecto en autobús ha durado menos de 15 minutos, para el 39% entre 15 y 30 minutos y para el 9% el trayecto en autobús ha durado más de 30 minutos. El tiempo de trayecto en autobús se mantienen en las últimas mediciones.
- El tiempo medio que los usuarios suelen calcular desde el origen de su viaje a su destino final es de 29 minutos. El 21% de los usuarios suelen calcular más de 35 minutos desde el lugar de origen hasta llegar a su destino final.

TIEMPO QUE SUELE CALCULAR EL USUARIO PARA ESE VIAJE (minutos)

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>A la parada de origen del viaje</b>	4,7	4,5	4,1	4,4	4,4	3,8	4,0
<b>Trayecto en Autobús</b>	15,6	17,8	17,8	18,7	19,3	18,6	19,0
<b>Tiempo que suele calcular desde el origen al destino final</b>	24,4	29,3	26,5	28,7	29,4	27,1	28,2

## 1.2. HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO

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

- El 81% de los usuarios del TUC cogen el autobús todos o casi todos los días laborables
- El 14% uno o dos días a la semana o varias veces al mes
- El 5% de forma esporádica.

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

- El 67% cogen el TUC una o dos veces al día
- El 28% tres, cuatro veces o más
- El 6% no suele coger el TUC.

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

- Trabajo en el 38% de los viajeros,
- Compras, ocio, gestiones, visitas... en el 48%
- Estudios en el 14%.

En la **EVOLUCIÓN DE LOS HÁBITOS DE USO**, respecto a 2010 cabe destacar:

- En la frecuencia de uso semanal disminuyen los que cogen el bus todos los días, se mantiene el porcentaje de usuario que usan el servicio uno o dos días a la semana o varias veces al mes y aumentan los usuarios esporádicos
- Aumentan los que cogen con mayor intensidad (más de cuatro veces al día) y disminuyen los que cogen una o dos veces al día. El 54% de los usuarios cogen el bus dos veces al día.
- **Pierden peso los motivos de viaje trabajo y estudios** y ganan los motivos compras, ocio, etc.

Los hábitos de uso del servicio recogidos en 2011, frecuencia de uso semanal, intensidad de uso en un día normal y motivos del viaje, son similares a los registrados en 2009. La medición de 2009, de forma excepcional, se realizó en octubre en lugar de noviembre, antes de finalizar el contrato con la anterior operadora. En noviembre de 2011 hizo muy buen tiempo lo que pudo influir en una mayor movilidad, tanto andando como en autobús.

EVOLUCIÓN HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO

		2007	2008	2009	2010	2011
<b>FRECUENCIA DE USO SEMANAL</b>	Todos los días	71%	66%	64%	68%	65%
	Tres o cuatro días a la semana	13%	16%	16%	15%	16%
	Uno o dos días a la semana	10%	11%	13%	13%	12%
	Varias veces al mes	2%	3%	2%	2%	2%
	Muy poco o casi nada	3%	4%	4%	2%	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>EN UN DÍA NORMAL COGE BUS</b>	Cuatro o más veces	23%	17%	24%	19%	24%
	Tres veces	8%	6%	6%	6%	4%
	Dos veces	47%	45%	48%	51%	54%
	Una vez (de ida o vuelta)	15%	27%	17%	21%	13%
	No suelo coger el autobús	6%	6%	6%	3%	5%
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
<b>MOTIVO DEL VIAJE</b>	Trabajo	52%	43%	38%	43%	38%
	Estudios	13%	15%	14%	17%	14%
	Compras, ocio, visitas, etc.	35%	42%	48%	40%	48%
	<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

En los **VIAJES DE MÁS DE UNA ETAPA:**

Disminuye el porcentaje de usuarios que necesitan transbordo del 23% (2010) al 19% (2011).

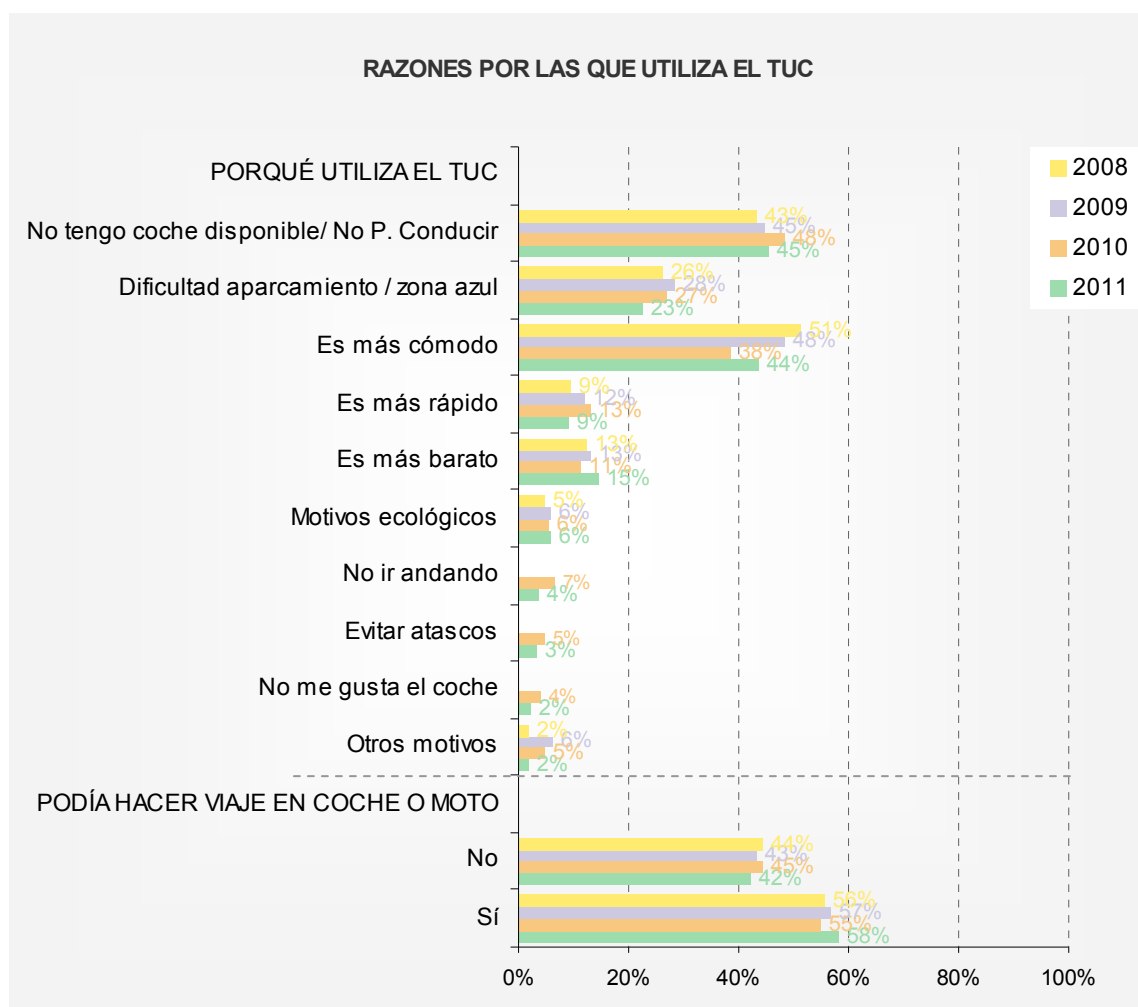
- El 88% de los usuarios conocen la gratuidad del transbordo dentro de los 45 minutos, porcentaje similar al registrado en las últimas encuestas.
- El 66% opinan que 45 minutos son suficientes para la mayoría de los viajes, para el 23% son insuficientes según en que viajes y para el 6% son insuficientes en general.

		HA NECESITADO TRANSBORDO		Total usuarios
		SÍ	NO	
<b>¿CÓMO VALORA EL TIEMPO, 45 MINUTOS, PARA COGER EL SEGUNDO VIAJE?</b>	Suficiente mayoría de los viajes	66%	66%	66%
	Según en que viajes insuficiente	28%	22%	23%
	Insuficiente en general	5%	6%	6%
	Ns/Nc	1%	7%	6%
	<b>Total</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

Entre las **RAZONES DE UTILIZACIÓN DEL TUC**, recogidas en una pregunta abierta sobre los motivos por los que utiliza el autobús urbano para sus desplazamientos (no se sugiere ningún motivo y pueden señalar varios), destacan el no tener coche disponible o permiso de conducir (45%), la comodidad (44%), Dificultades de aparcamiento / zona azul (23%), Economía (15%), Rapidez (9%) y Ecología (6%).

En la **EVOLUCIÓN DE LAS RAZONES DE UTILIZACIÓN**:

- En 2011 disminuye el porcentaje de usuarios que cogen el TUC porque no tienen coche o por las dificultades de aparcamiento y aumentan los que lo toman porque es cómodo o económico.
- Asimismo, disminuye ligeramente el porcentaje de **USUARIOS CAUTIVOS** (no tenían alternativa de transporte para ese viaje), frente a los **FIDELIZADOS** (ese viaje podían realizarlo en coche o moto, como conductor o acompañante) que pasan del 55% (2010) al 58% (2011),



### 1.3. CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS

En cuanto al **GÉNERO**:

- Mujeres el 78%
- Hombres (22%)

Según la **EDAD**,

- Tienen entre 16 y 24 años el 19% de los usuarios.
- Entre 25 y 34 años, el 18%
- Entre 35 y 49 años, el 30%
- Entre 50 y 64 años, el 23%
- Más de 65 años, el 10%.

Atendiendo a su **NIVEL DE ESTUDIOS**:

- Tienen formación universitaria el 30% de los usuarios.
- Estudios medios (58%).
- Estudios primarios (12%).

Según su **SITUACIÓN LABORAL**:

- Trabajan el 57% de los viajeros
- Estudiantes (15%)
- Parados (7%)
- Amas de casa (9%)
- Jubilados o pensionistas (11%).

En la **UNIDAD FAMILIAR**:

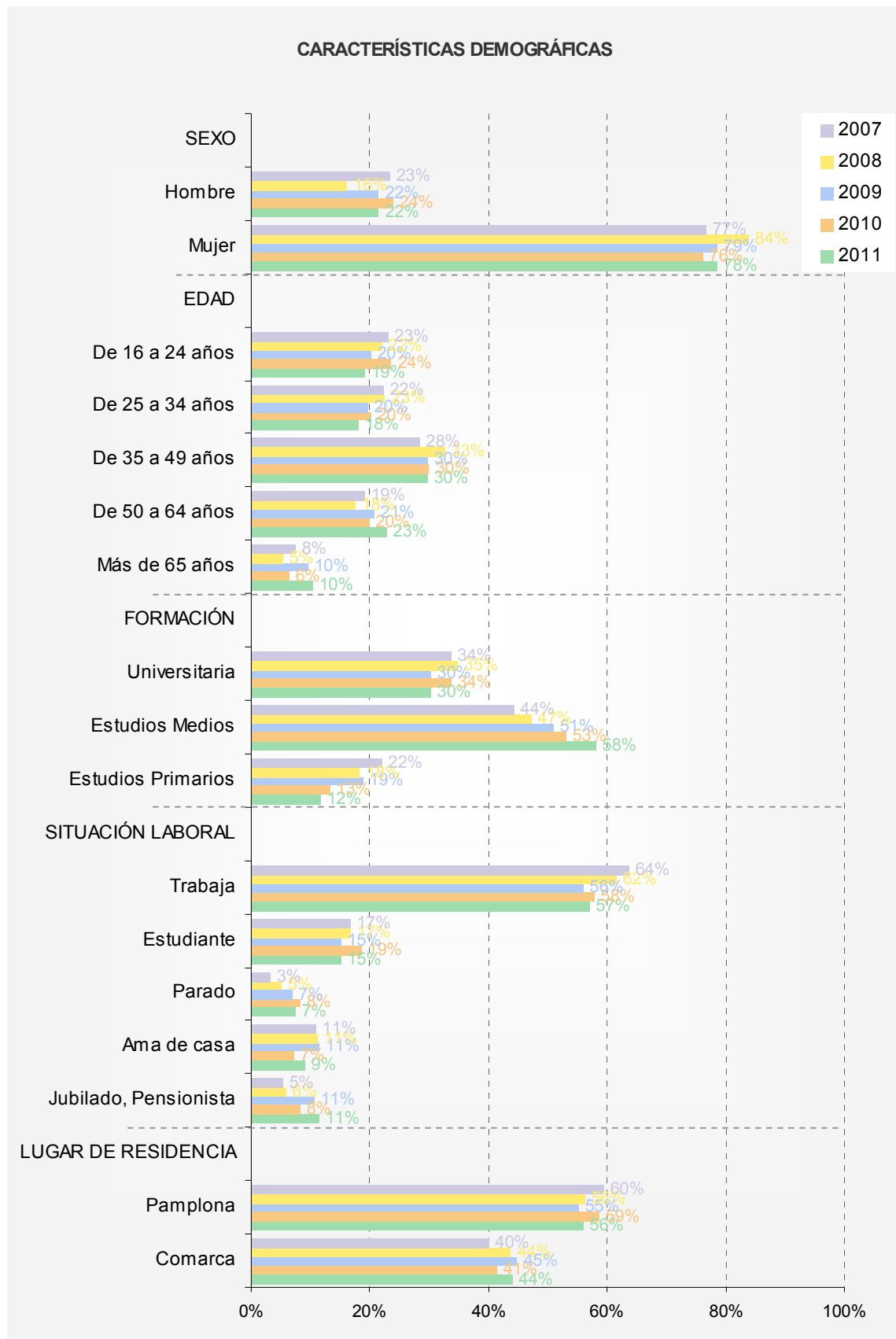
- Pertenecen a familias numerosas (9%) (familias con tres o más hijos menores de 26 años si estudian o menores de 21 años si trabajan)
- Tienen carné de familia numerosa (7%).

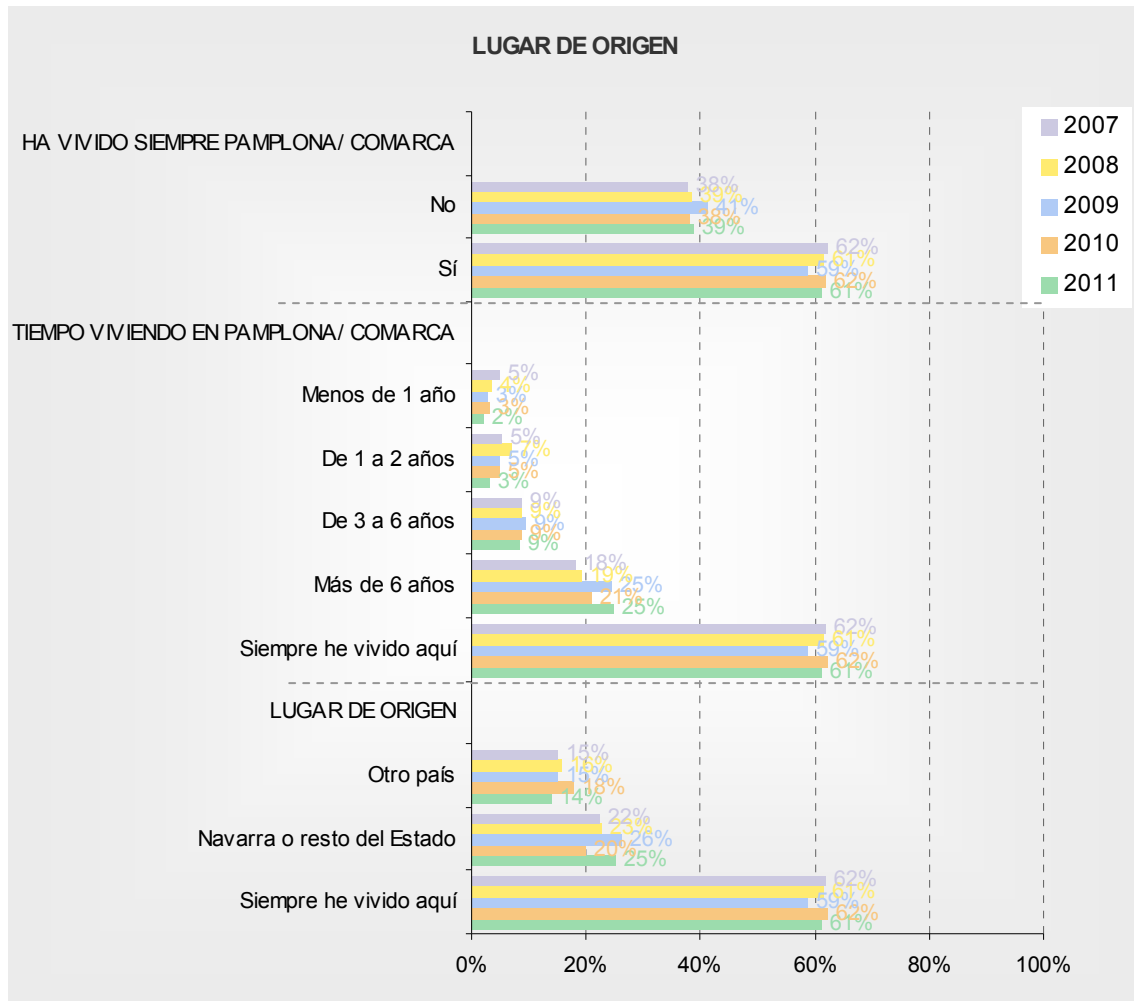
**LUGAR DE RESIDENCIA:**

- Residen en Pamplona (56%)
- Residen en la Comarca (44%)

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

- Han vivido siempre en Pamplona o Comarca (61%)
- Es originario del resto de Navarra (12%)
- De otras provincias (13%)
- Vienen de otro país (14%)
  - Iberoamérica (10%)
  - Europa (3%)
  - Otros países (1%)







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

En Noviembre de 2011, el **7% DE LOS USUARIOS DEL TUC SON NUEVOS USUARIOS**, llevan utilizando el servicio un año o menos tiempo.

En el mes de **Septiembre comienzan a utilizar el servicio el 40%** de los nuevos usuarios.

¿DESDE CUANDO UTILIZA EL TUC PARA SUS DESPLAZAMIENTOS?		NUEVOS USUARIOS (Un año o menos) ¿DESDE QUÉ MES UTILIZA EL TUC?	
Un año o menos	7%	Enero	9%
Entre 1 y 5 años	22%	Febrero	2%
Entre 6 y 15 años	20%	Marzo	7%
Más de 15 años	46%	Abril	2%
Utiliza TUC muy poco o nada	5%	Mayo	6%
<b>TOTAL USUARIOS TUC</b>	<b>100%</b>	Junio	5%
		Julio	3%
NUEVOS USUARIOS 2006	8%	Agosto	7%
NUEVOS USUARIOS 2007	10%	<b>Septiembre</b>	<b>40%</b>
NUEVOS USUARIOS 2008	11%	<b>Octubre</b>	<b>11%</b>
NUEVOS USUARIOS 2009	9%	Noviembre	8%
NUEVOS USUARIOS 2010	9%	Diciembre	0%
NUEVOS USUARIOS 2011	7%	<b>TOTAL NUEVOS USUARIOS</b>	<b>100%</b>

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

- El 61% proceden de fuera de la comarca, de otras provincias (28%), del resto de Navarra (16%) u otros países (17%), frente al 39% en el conjunto de la red.
- El 47% llevan viviendo en la Comarca de Pamplona menos de 2 años.

En sus **HÁBITOS DE USO DEL SERVICIO**:

- Cogen el TUC con mayor frecuencia semanal respecto a la media de la red, el 90% cogen el TUC todos o casi todos los días.
- En el motivo del viaje, tienen mayor peso los Estudios (28%) y el Trabajo (41%) respecto al conjunto de la red. Otros motivos como compras, ocio, etc. tienen menos peso entre los nuevos usuarios (31%) que en la media de la red (48%).

En sus **CARACTERÍSTICAS SOCIODEMOGRÁFICAS**:

- Son más jóvenes que la media de usuarios, el 38% tienen menos de 24 años y el 26% entre 25 y 34 años.
- El 38% tienen estudios universitarios, en mayor proporción que la media de usuarios. Según su situación laboral, hay una mayor proporción de estudiantes, el 31%.
- Mayor peso de residentes en Casco Viejo, Ensanche, Milagrosa e Iturrama.

## 1.5. CUOTA DE UTILIZACIÓN DEL T.U.C.

La cuota de utilización es el porcentaje de residentes en Pamplona o Comarca que han tomado el Transporte Urbano en los últimos tres meses. Para calcular la cuota de utilización del TUC en el conjunto de la población, se extraen los resultados de otras encuestas que realiza la Mancomunidad a lo largo del año sobre muestras representativas de la población residente en Pamplona y Comarca. En estas encuestas se incluye una batería de preguntas sobre el Transporte Urbano, en concreto, se pregunta si han utilizado el transporte urbano en los últimos tres meses y con qué frecuencia semanal. Todas las mediciones se han realizado en Mayo o Junio, excepto la de 2008 que se realizó en Octubre.

En Junio de 2011, el **75% de la población de Pamplona y Comarca ha tomado alguna vez el autobús urbano en los últimos 3 meses**. Este porcentaje es igual al recogido el año pasado

- Entre los que han utilizado el TUC en los últimos tres meses, el 30% lo cogen todos o casi todos los días, el 32% un par de días a la semana y el 39% de forma esporádica.
- Respecto a las mediciones anteriores, se estabiliza el descenso de ciudadanos que han tomado el bus en el último trimestre, los ciudadanos que han cogido el autobús en los tres últimos meses pasan del 81% (2008) al 78% (2009), 75% (2010) y 75% (2011).
- Desciende el porcentaje de ciudadanos que cogen el TUC todos los días, aumentan los que usan el servicio un par de días a la semana y se mantienen estables los que han cogido de forma esporádica.

CUOTA DE UTILIZACIÓN (Encuestas anuales)

	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	1010	2011
<b>¿En los últimos 3 meses ha utilizado el Transporte Urbano en sus desplazamientos?</b>										
Sí han utilizado	71%	76%	68%	78%	79%	80%	81%	78%	75%	75%
No han utilizado	29%	24%	32%	22%	21%	20%	20%	22%	25%	25%
<b>Total muestra</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>
Tamaño de la muestra (Nº entrevistas)	550	550	1.100	800	803	1.600	1.800	1.800	1.805	1.800
<b>¿Con que frecuencia semanal?</b>										
Todos los días	24%	24%	18%	17%	20%	23%	16%	20%	16%	15%
Casi todos los días	16%	16%	15%	10%	14%	16%	23%	16%	17%	15%
Un par de días	25%	16%	21%	23%	23%	23%	30%	28%	27%	32%
Esporádicamente	36%	43%	46%	49%	43%	38%	31%	36%	40%	39%
<b>Total</b> (BASE: los que han utilizado el TUC los últimos 3 meses)	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>	<b>100%</b>

## 2. SATISFACCIÓN GLOBAL CON EL SERVICIO

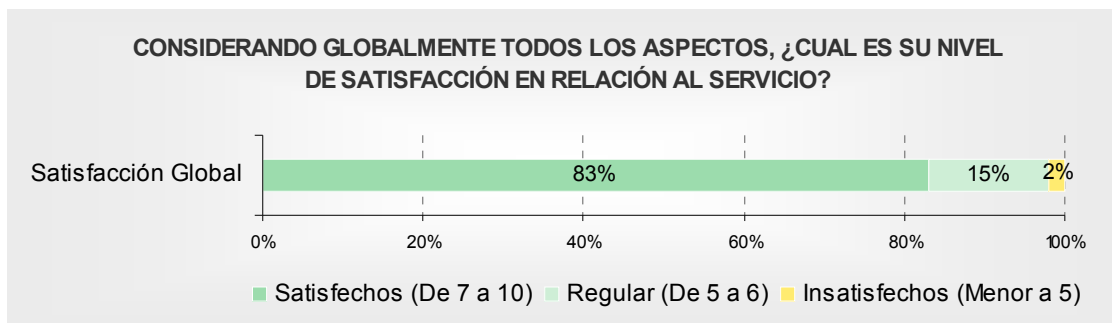
En este estudio se distingue:

1. Por un lado, la **SATISFACCIÓN GLOBAL autoexpresada** que es la valoración que el usuario realiza globalmente del servicio y responde a la pregunta, Considerando globalmente todos los aspectos, ¿cual es su nivel de satisfacción en relación al servicio?
2. Por otro lado, la **satisfacción calculada o CALIDAD PERCIBIDA** que es la valoración que el usuario realiza de forma pormenorizada sobre 24 variables de calidad del servicio. Siempre se responde en una escala desde "0 = Nada satisfecho" hasta "10 = Muy Satisfecho".

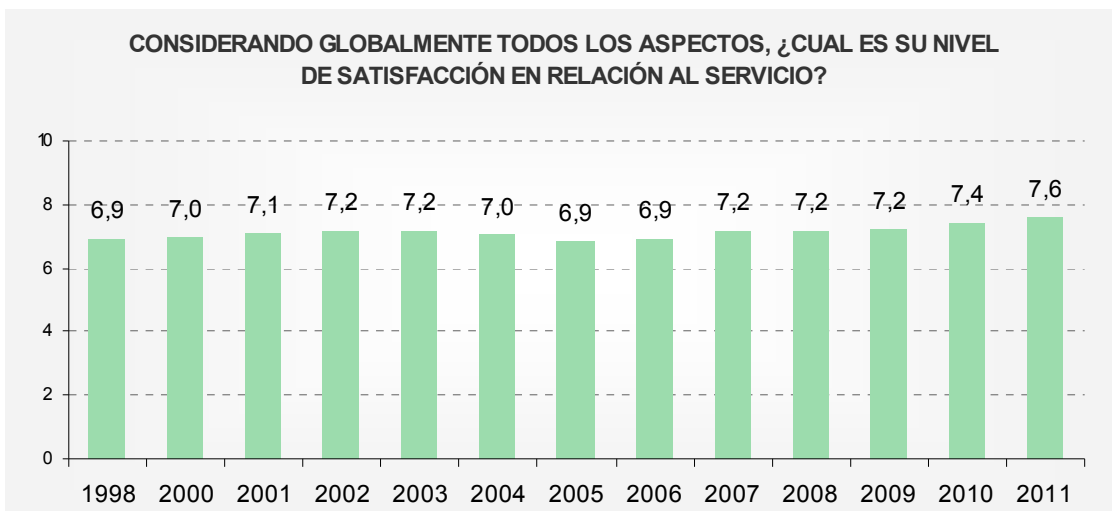
En este apartado analizamos la Satisfacción Global y en los capítulos posteriores entraremos en el análisis de la calidad percibida con los distintos aspectos del servicio.

En Noviembre de 2011, el **grado de satisfacción global con el servicio se sitúa en 7,6** sobre 10. Es el valor más elevado en la serie histórica desde 1998.

Si traducimos esta media en porcentajes, el 83% de los usuarios han puntuado su nivel de satisfacción con un 7 o más, el 15% con un 5 o 6 y el 2% han puntuado con menos de 5.



La **EVOLUCIÓN DE LA SATISFACCIÓN GLOBAL** se muestra en el siguiente gráfico:



Para identificar aquellos grupos de **usuarios que muestran un mayor grado de satisfacción global con el servicio** y aquellos que se manifiestan más insatisfechos, se ha cruzado la puntuación de Satisfacción Global con las variables contempladas en las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de los usuarios.

El resultado del análisis es el siguiente:

MUESTRAN UN MAYOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL	MUESTRAN UN MENOR GRADO DE SATISFACCIÓN GLOBAL
<ul style="list-style-type: none"> <li>Residen en los municipios de Burlada, Echavacoiz Norte y Milagrosa</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Residen en los municipios de Orkoien, Sarriguren y Berriozar y en Azpilagaña</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizan con mayor frecuencia las líneas: L23, L14, L13 y L20</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Utilizan con mayor frecuencia las líneas: L22 y L10</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>La línea que utiliza habitualmente no se ha visto afectada por obras</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>La línea que utilizan habitualmente se ha visto afectada por obras</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculan un tiempo de acceso a la parada de origen inferior a 3 minutos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculan un tiempo de acceso a la parada de origen entre 6 y 10 minutos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculan un tiempo total para llegar al destino inferior a 20 minutos</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Calculan un tiempo total para llegar al destino superior a 40 minutos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Son nuevos usuarios del servicio, han comenzado a utilizar el TUC en el último año</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Llevar utilizando el servicio más de 16 años</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Son originarios de otras provincias u otros países</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Siempre han vivido en Pamplona o comarca</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Hombres</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Mujeres</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Tienen más de 65 años</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Entre 50 y 64 años</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Han cursado estudios primarios</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Han cursado estudios universitarios</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Usuarios cautivos. No podían realizar el viaje en coche o moto</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Podían realizar el viaje de otro modo</li> </ul>

En este análisis bivariable no se observan diferencias significativas en el nivel de Satisfacción Global según el lugar de residencia en Pamplona o Comarca, la hora del viaje, el motivo del viaje o si han necesitado transbordo.

Por otra parte, en este análisis destaca que apenas hay grupos con una Satisfacción Global con el servicio inferior a 7: Residen en Orkoien (7,0) y usuarios de la línea 22 (6,0). El grado de satisfacción global es igual o superior a 7,4 en todo el horario de servicio.

En un segundo paso, se ha realizado un análisis de segmentación multivariable tomando las características del viaje, los hábitos de uso del servicio y las características sociodemográficas de los usuarios como variables predictoras de la Satisfacción Global con el servicio. Se ha utilizado la técnica de Árboles de Clasificación con CHAID.

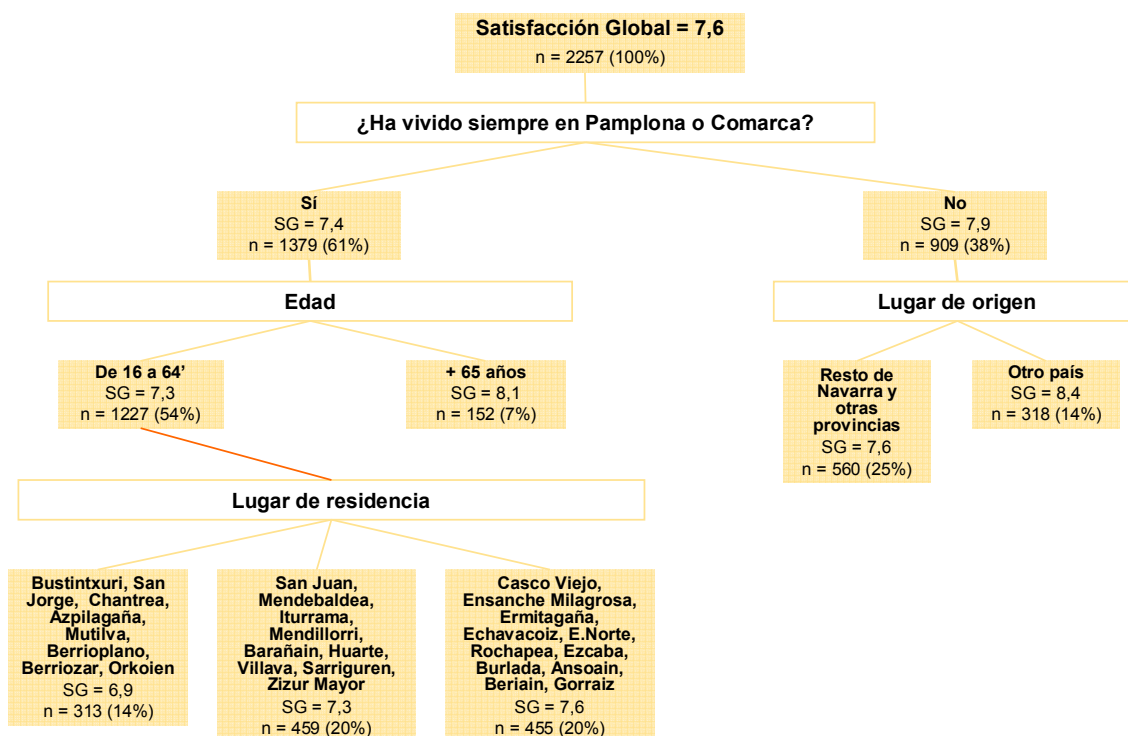
En este segundo análisis cabe destacar:

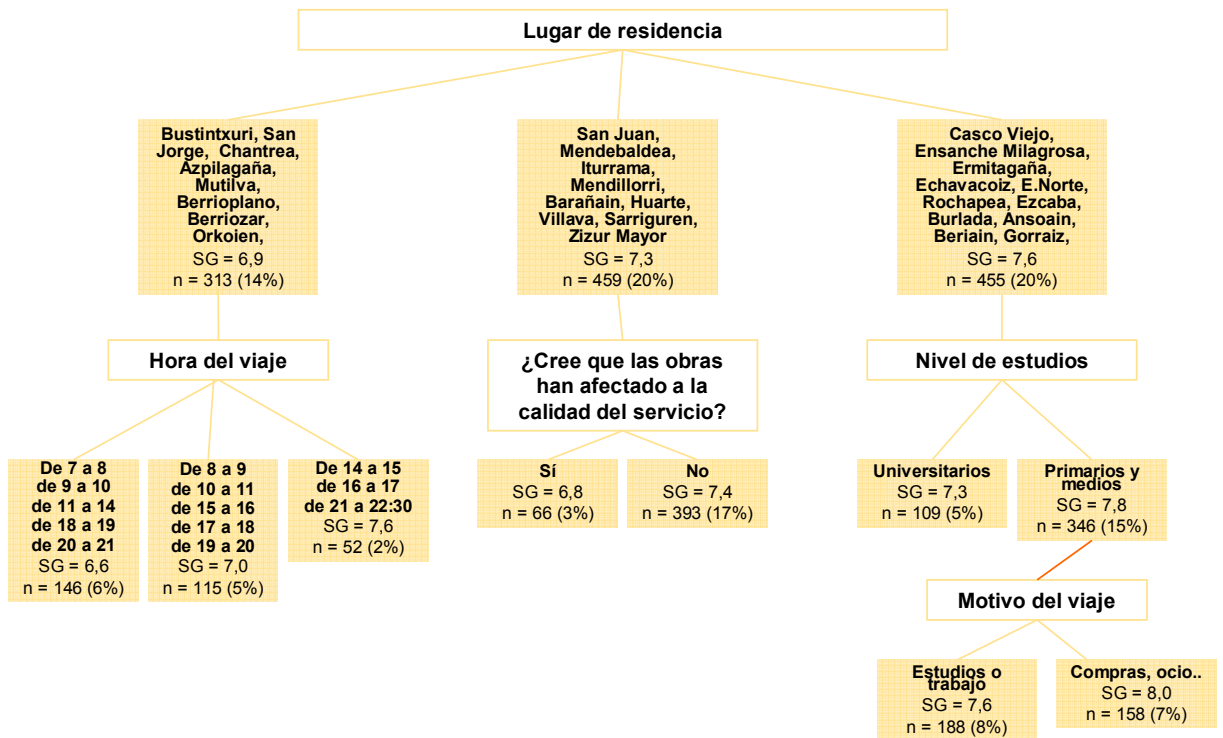
Las variables con mayor capacidad explicativa en la Satisfacción Global con el servicio del TUC son:

- Si han vivido siempre en Pamplona o Comarca, los que siempre han vivido aquí muestran una mayor exigencia de servicio.
- La edad de los encuestados, mostrando un elevado grado de satisfacción los usuarios con más de 65 años
- Si utilizan habitualmente líneas que han sido afectadas por obras en la ciudad.
- En las últimas mediciones de 2007 a 2010, el tiempo total que el usuario suele calcular desde su lugar de origen al destino final del viaje y la duración del trayecto en autobús se manifestaban como variables explicativas en la satisfacción global. El 2011 aunque sigue siendo una variable importante por el menor grado de satisfacción por parte de los que calculan más de 40 minutos, ha perdido relevancia en el análisis explicativo al pasar de 7,0 a 7,3 la satisfacción del los que tardan más tiempo.

Los usuarios que siempre han vivido aquí y tienen menos de 65 años suponen el 54% de los usuarios del TUC y han mostrado un grado de satisfacción global de 7,3, inferior a la media (7,6). Se distinguen tres grupos en función del municipio de residencia.

**¿CONSIDERANDO GLOBALMENTE TODOS LOS ASPECTOS, ¿CUÁL ES SU GRADO DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO?**





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

En el análisis de la **CALIDAD PERCIBIDA** se mide el **GRADO DE SATISFACCIÓN** con **24 variables del servicio del TUC**. Asimismo, se pregunta por la **IMPORTANCIA** que conceden a cada uno de estos 24 aspectos en la calidad del servicio.

Tanto el nivel de satisfacción como la importancia se miden en escala de 0 a 10, lo que permite comparar los valores de importancia y de satisfacción de las 24 variables de calidad. A partir del Diferencial Importancia – Satisfacción se realiza el Análisis Estratégico de la calidad del servicio.

Las variables de calidad están agrupadas en los 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
- MEDIO AMBIENTE

#### 3.1. PRIORIDADES DE SERVICIO

En este apartado **se muestra la importancia que el usuario otorga a los diferentes atributos que conforman la calidad del servicio**.

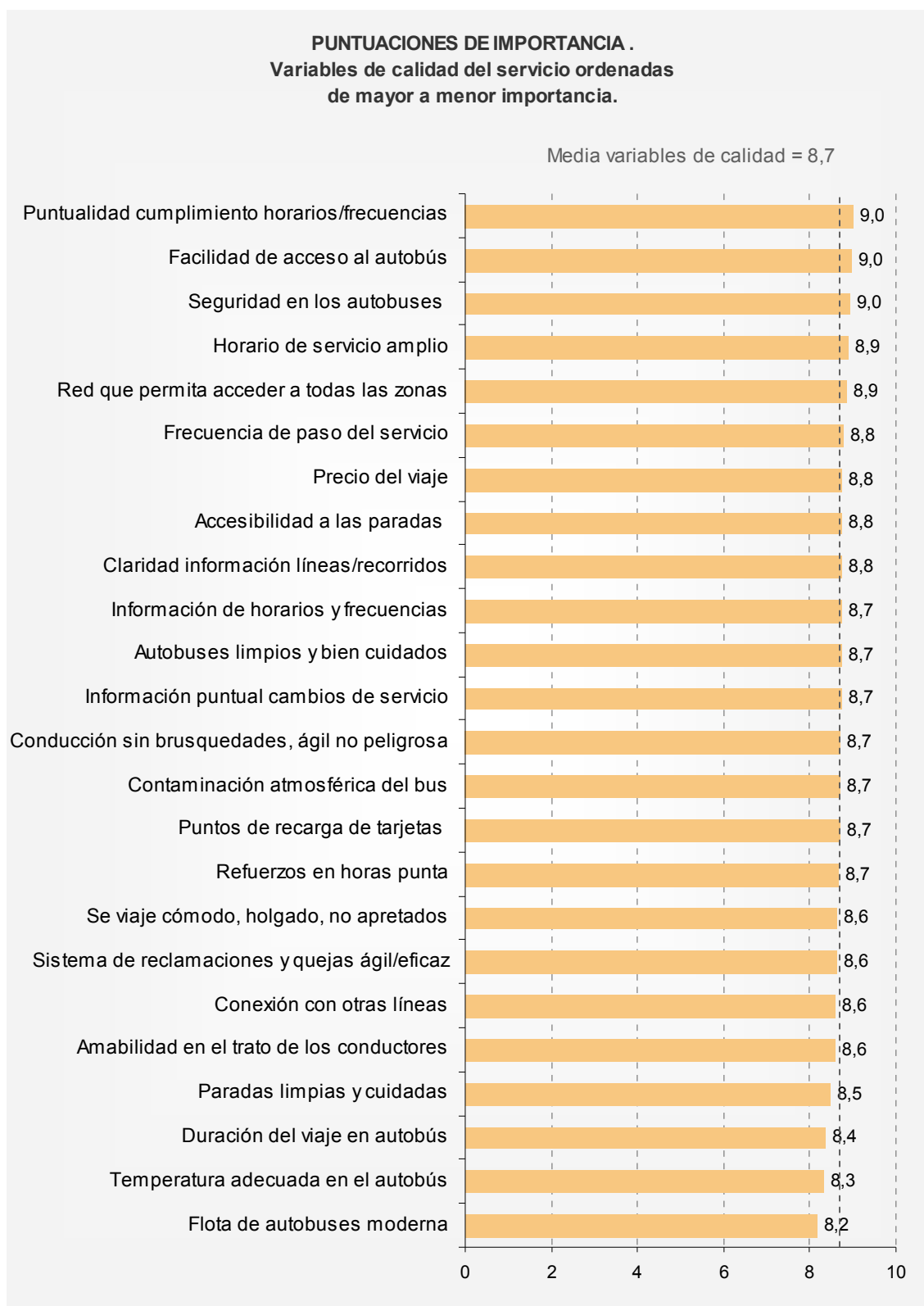
Las variables de calidad a las que el usuario del TUC otorga **MÁS IMPORTANCIA** son:

1. Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias
2. Facilidad de acceso al autobús, resulta fácil subir, silletas, etc.
3. Seguridad en los autobuses
4. Horario de servicio amplio
5. Red que permita acceder a todas las zonas
6. Frecuencia de paso
7. Precio del viaje
8. Accesibilidad a las paradas
9. Claridad de la información sobre líneas y recorridos

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

21. Paradas limpias y cuidadas
22. Duración del viaje en autobús
23. Temperatura adecuada en el autobús
24. Flota de autobuses moderna

En la evolución del ranking de importancia de los atributos de calidad destaca la **importancia creciente del precio del viaje**. En 2007 ocupaba los últimos lugares (el 22º), en 2008 el 18º, en 2009 el 15º, en 2010 el 12º y en 2011 asciende a los primeros lugares, el 7º.





## 3.2. NIVELES DE SATISFACCIÓN

En la valoración de la satisfacción con cada uno de los atributos de calidad se alcanza un **valor medio de todas las variables de calidad de 7,3**.

### POR ENCIMA DE LA MEDIA

El factor con mayor puntuación de satisfacción es el relativo a la **SEGURIDAD**. Este factor está integrado por una única variable, **Seguridad en los autobuses**, ausencia de altercados, vandalismo, etc. y obtiene una puntuación de 8,0.

La **ACCESIBILIDAD**, es el segundo factor con mayor puntuación de satisfacción (7,5). Destacan con puntuaciones muy elevadas la **Accesibilidad a las paradas (bien ubicadas y en número suficiente)** con 7,9 y la **Facilidad de acceso al autobús** (resulta fácil subir/silletas, etc) con 7,9. Sin embargo, registra un valor inferior a la media en **Puntos de recarga tarjetas** con un 6,7.

La **DURACIÓN** registra una puntuación media de 7,4. La **Duración del viaje en autobús** alcanza un valor de 7,5 y la **Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias** es valorada con 7,4.

La **INFORMACIÓN**. Obtiene una puntuación media de 7,4. Destacan la **Información clara sobre recorridos y paradas** (7,6). La **Información sobre horarios y frecuencias** registra un valor de 7,4 y la **Información puntual sobre cambios de servicio** es puntuada por debajo de la media (7,2).

El **CONFORT** alcanza una puntuación media de 7,4. Registra valores elevados en: **Parada limpias y cuidadas** (7,7), **Flota moderna de autobuses** (7,6), **Autobuses limpios, bien cuidados** (7,6) y **Se viaja cómodos, no apretados** (7,4). Sin embargo, registra valores inferiores a la media en la **Temperatura adecuada en el interior del autobús** (7,1), y **Conducción adecuada, sin frenazos ni brusquedades** con 6,9.

### EN LA MEDIA

La **CALIDAD DE ATENCIÓN**, obtiene una puntuación media de 7,3. La **Amabilidad en el trato del conductor** es valorada con 7,5; pero se sitúa en los últimos lugares un **Sistema de reclamaciones y quejas ágil/eficaz** con 6,3.

### POR DEBAJO DE LA MEDIA

La **OFERTA DE SERVICIO** obtiene una puntuación media de 7,1. Las variables relativas a la cobertura alcanzan puntuaciones superiores a la media, **Red de líneas que permiten acceder a todas las zonas de Pamplona y Comarca** (7,4), **Conexión con otras líneas** (7,6) y **Horario de servicio amplio, (empiezan pronto por la mañana acaban tarde por la noche)** (7,6). Sin embargo, están por debajo de la media **Frecuencia de paso** (7,2), **Ponen refuerzos en horas punta para evitar saturaciones** (7,0) y el **Precio del viaje** es la variable con valoración más baja (6,0).

El **IMPACTO MEDIOAMBIENTAL** únicamente contempla el aspecto relativo a la **Contaminación atmosférica de los autobuses** y registra una puntuación de 7,1.



### 3.3. EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

En 2011, **mejora el nivel de satisfacción en la mayor parte de las variables de calidad** y la media de los 24 valores de satisfacción se sitúa en 7,3, frente al 7,2 en 2010 y 7,0 en 2009.

Si se observa la serie histórica, en 2007 se registra un importante ascenso en los valores de satisfacción de la mayor parte de las variables de calidad, rompiendo una tendencia descendente en la valoración del servicio iniciada en 2004 y que registró puntuaciones de satisfacción significativamente más bajas en 2005 y 2006. En las mediciones de 2007 a 2009 se recogen puntuaciones de satisfacción similares y mejoran significativamente a partir de 2010.

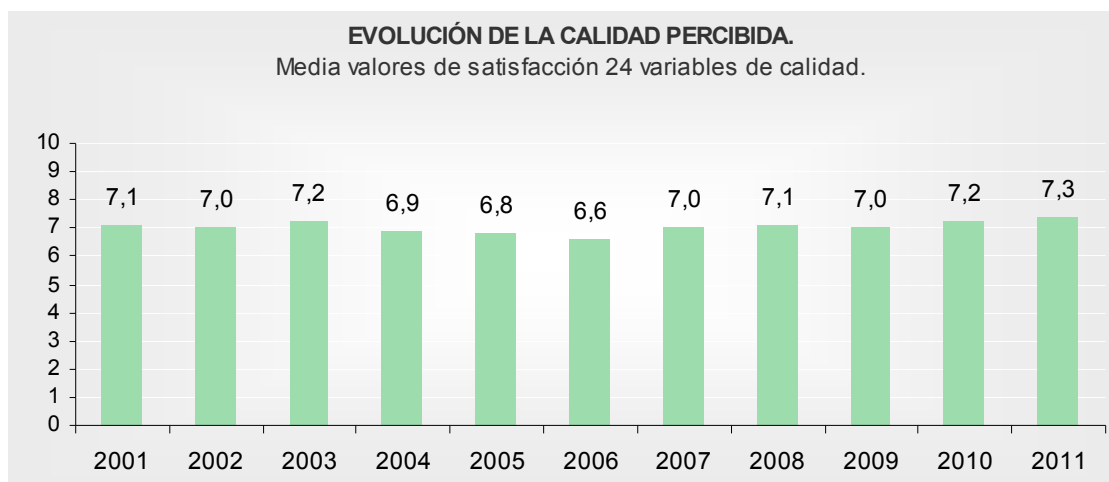
#### EVOLUCIÓN DE LA CALIDAD PERCIBIDA

FACTORES Y VARIABLES DE CALIDAD	NIVELES DE SATISFACCIÓN									
	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011
<b>OFERTA DE SERVICIO</b>	<b>6,6</b>	<b>6,9</b>	<b>6,6</b>	<b>6,6</b>	<b>6,0</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>6,8</b>	<b>7,1</b>	<b>7,1</b>
Buena cobertura a todas las zonas	7,0	7,3	7,1	6,8	5,9	7,1	7,2	7,2	7,4	7,4
Horario de servicio amplio	7,1	7,4	7,3	6,8	6,8	7,1	7,1	7,3	7,3	7,6
Frecuencia de paso del servicio	6,5	6,7	6,3	6,4	5,8	6,5	6,8	6,8	7,1	7,2
Refuerzos en horas punta	6,4	6,3	6,0	6,4	5,7	6,3	6,5	6,2	6,9	7,0
Conexión con otras líneas						7,1	7,2	7,1	7,4	7,6
Precio del viaje	6,2	6,6	6,1	6,4	6,0	5,9	6,2	5,9	6,2	6,0
<b>ACCESIBILIDAD</b>	<b>7,2</b>	<b>7,5</b>	<b>7,2</b>	<b>7,1</b>	<b>6,9</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,4</b>	<b>7,5</b>
Paradas bien ubicadas y suficientes	7,3	7,6	7,2	7,2	6,9	7,4	7,6	7,5	7,8	7,9
Facilidad de acceso al autobús	7,1	7,4	7,2	7,1	6,9	7,5	7,6	7,6	7,7	7,9
Puntos de recarga de tarjetas						6,9	6,6	6,7	6,7	6,7
<b>INFORMACIÓN</b>	<b>7,0</b>	<b>7,3</b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,4</b>	<b>7,1</b>	<b>7,2</b>	<b>7,1</b>	<b>7,5</b>	<b>7,4</b>
Claridad sobre líneas y recorridos	7,2	7,6	7,1	7,2	6,7	7,3	7,4	7,3	7,6	7,6
Información horarios y frecuencias						7,2	7,3	7,2	7,6	7,4
Información cambios servicio	6,8	6,9	6,4	6,5	6,1	6,9	7,0	6,8	7,2	7,2
<b>DURACIÓN</b>	<b>6,9</b>	<b>7,1</b>	<b>6,6</b>	<b>6,7</b>	<b>6,6</b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>
Duración del viaje en autobús					6,7	7,0	7,0	7,1	7,3	7,5
Puntualidad en horarios/frecuencias	6,9	7,1	6,6	6,7	6,5	6,6	6,8	6,8	7,1	7,4
<b>CALIDAD ATENCIÓN</b>	<b>6,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,5</b>	<b>6,6</b>	<b>5,8</b>	<b>6,9</b>	<b>6,9</b>	<b>6,6</b>	<b>7,1</b>	<b>7,3</b>
Atención de reclamaciones ágil	6,5	6,5	6,1	6,3	4,6	6,6	6,6	5,8	6,9	6,3
Amabilidad en el trato del conductor	7,1	7,3	6,9	6,9	7,1	7,0	7,1	7,0	7,1	7,5
<b>CONFORT</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>6,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>	<b>7,2</b>	<b>7,2</b>	<b>7,4</b>
Flota de autobuses moderna	6,9	7,2	6,9	7,0	6,7	7,6	7,6	7,4	7,4	7,6
Autobuses limpios y bien cuidados	7,2	7,5	7,1	7,0	7,0	7,6	7,6	7,5	7,4	7,6
Se viaja cómodo, no apretados	6,8	6,8	6,7	6,6	6,2	6,9	7,0	7,1	7,0	7,4
Temperatura adecuada en el bus	7,1	7,4	7,2	6,9	6,7	7,3	7,1	6,9	7,1	7,1
Conducción sin brusquedad	6,8	6,5	6,4	6,2	6,2	6,5	6,6	6,6	6,8	6,9
Paradas limpias y cuidadas	7,2	7,5	7,1	7,0	6,9	7,5	7,6	7,6	7,6	7,7
<b>SEGURIDAD</b>						<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>7,7</b>	<b>8,0</b>
Seguridad en los autobuses						7,7	7,7	7,7	7,7	8,0
<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>
Contaminación atmosférica del bus						7,0	7,0	6,9	7,2	7,1
<b>MEDIA VARIABLES DE CALIDAD</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>6,9</b>	<b>6,8</b>	<b>6,6</b>	<b>7,0</b>	<b>7,1</b>	<b>7,0</b>	<b>7,2</b>	<b>7,3</b>

En 2011, la mayor parte de los factores y variables de calidad obtienen valores de satisfacción iguales o superiores a los registrados en 2010. Cuatro variables registran un valor inferior al del año pasado: el Precio del viaje, la Contaminación atmosférica de los autobuses, la Información de horarios y frecuencias y, especialmente, la atención a las reclamaciones ágil. Las diferencias respecto a la medición anterior que **alcanzan significación estadística son:**

**VALORES DE SATISFACCIÓN VARIABLES DE CALIDAD.  
Diferencias significativas 2010 – 2011.**

	2010	2011
Se viaja cómodos, holgados, sin ir apretados	7,0	7,4
Puntualidad en el cumplimiento de horarios y frecuencias	7,1	7,4
Amabilidad en el trato por parte de los conductores	7,1	7,5
Seguridad en los autobuses, ausencia de vandalismo	7,7	8,0
Horario de servicio amplio, empieza pronto y termina tarde	7,3	7,6
Autobuses limpios y cuidados	7,4	7,6
Atención de las reclamaciones ágil y eficaz	6,9	6,3



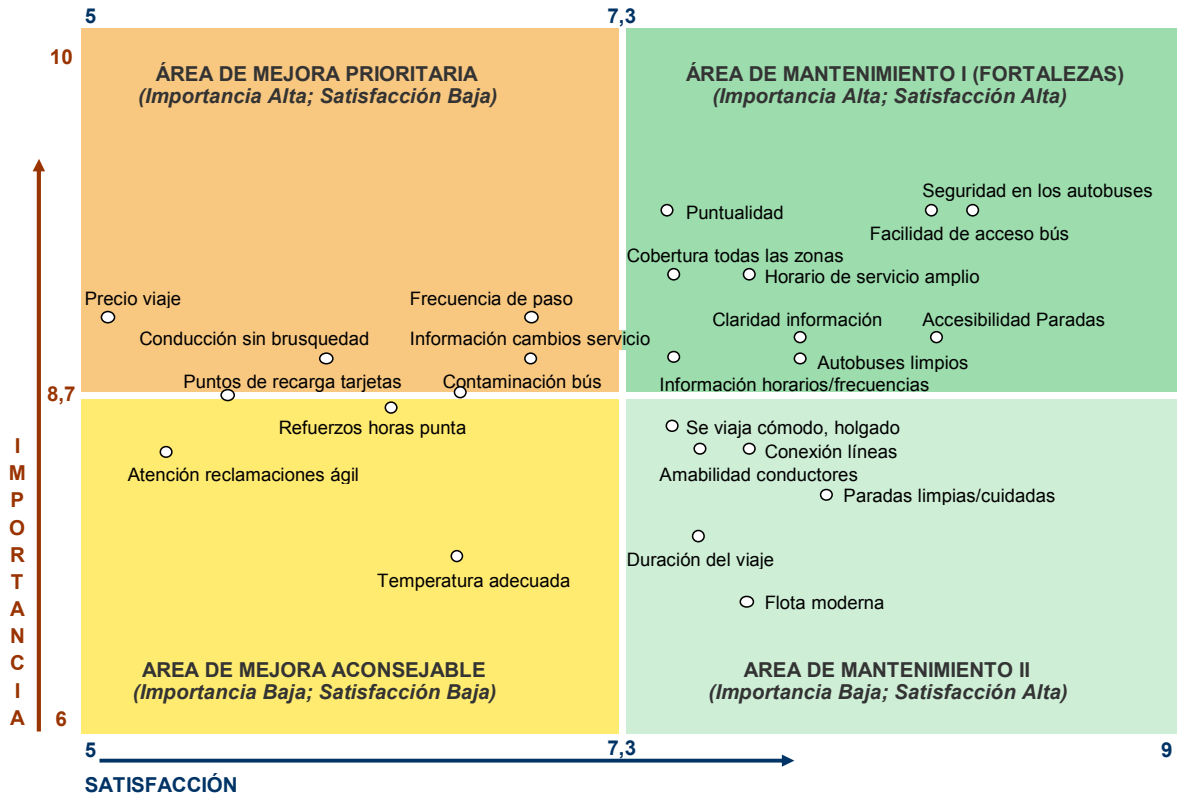
### 3.4. ÁREAS DE ACTUACIÓN PARA LA MEJORA DEL SERVICIO

Si tenemos en cuenta los valores medios de importancia y satisfacción y situamos las 24 variables de calidad en un mapa diferencial, desde la óptica del usuario del TUC, los factores y variables de calidad quedan ubicados en las siguientes áreas de intervención:

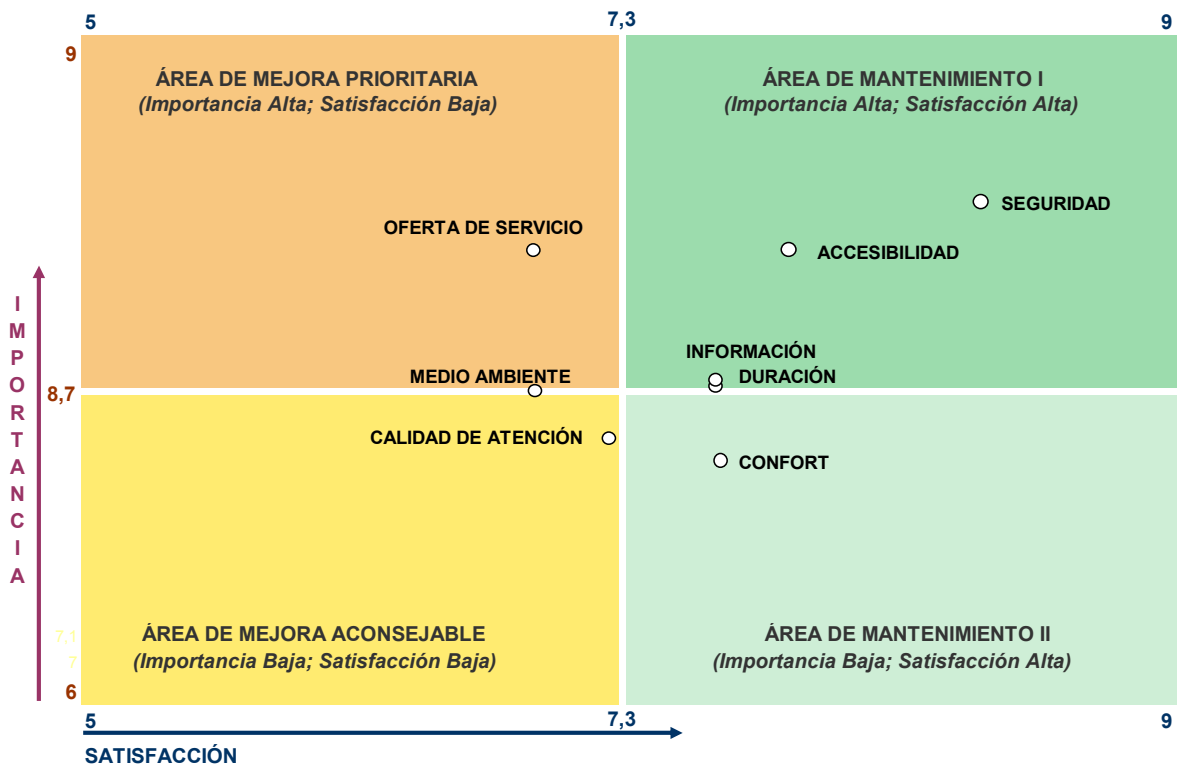
<b>ÁREA DE MEJORA PRIORITARIA</b> (Importancia Alta; Satisfacción Baja)	Precio viaje adecuado Frecuencia de paso Conducción adecuada sin frenazos ni brusquedades Información puntual sobre cambios del servicio Puntos de recarga tarjetas (en la media de importancia) <b>FACTOR OFERTA DEL SERVICIO</b> <b>FACTOR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

En la siguiente página se muestran los mapas diferenciales con las cuatro áreas de intervención donde quedan ubicadas las variables y factores de calidad.

ÁREAS DE ACTUACIÓN. VARIABLES DE CALIDAD



ÁREAS DE ACTUACIÓN. FACTORES DE CALIDAD



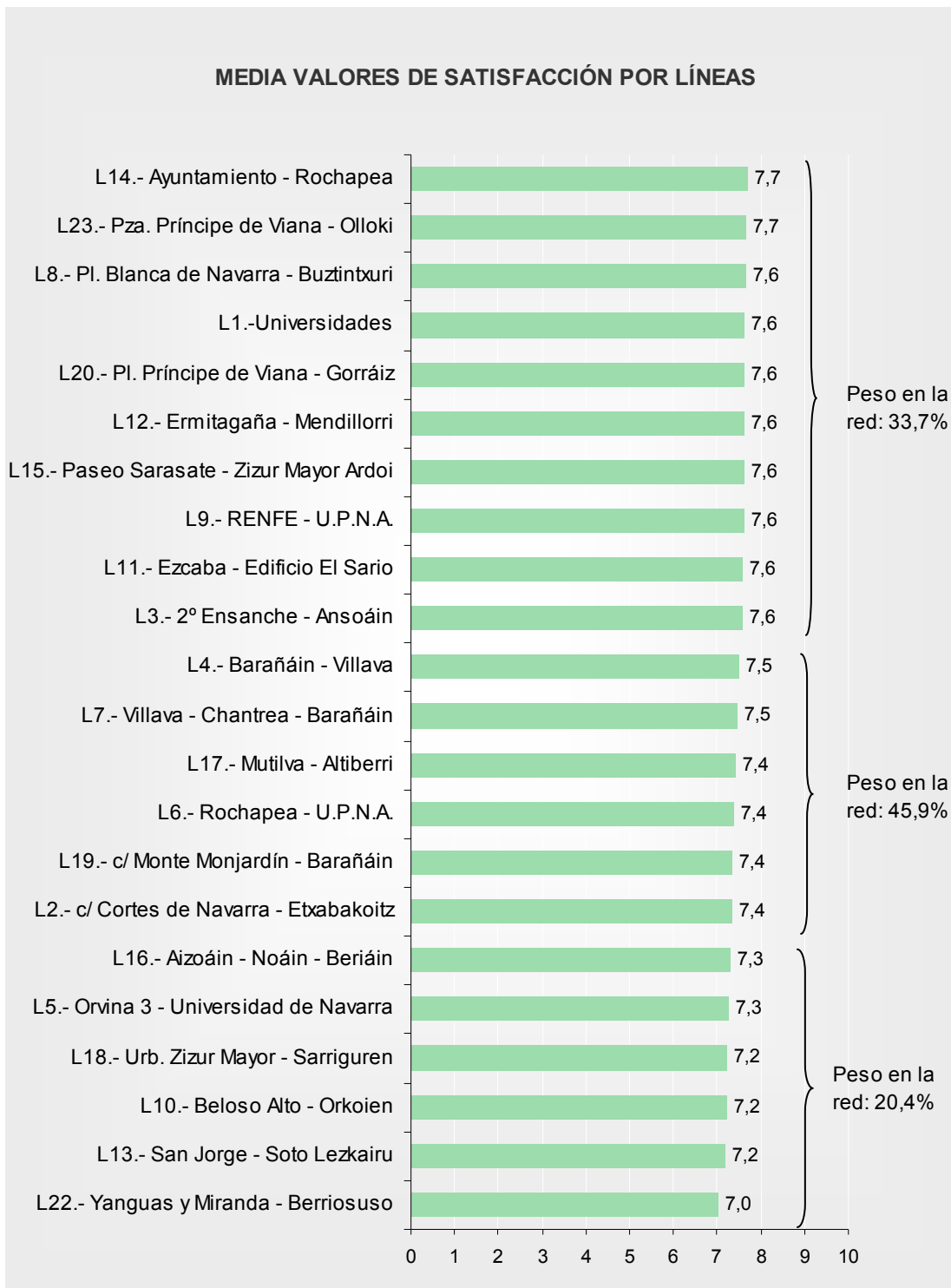
## 4. RESULTADOS POR LÍNEAS

En el análisis de los niveles de satisfacción por líneas, en 2011 destaca un **gran equilibrio en las valoraciones** recogidas entre las distintas líneas, es decir, los valores medios obtenidos en cada línea están más cercanos a la media de la red.

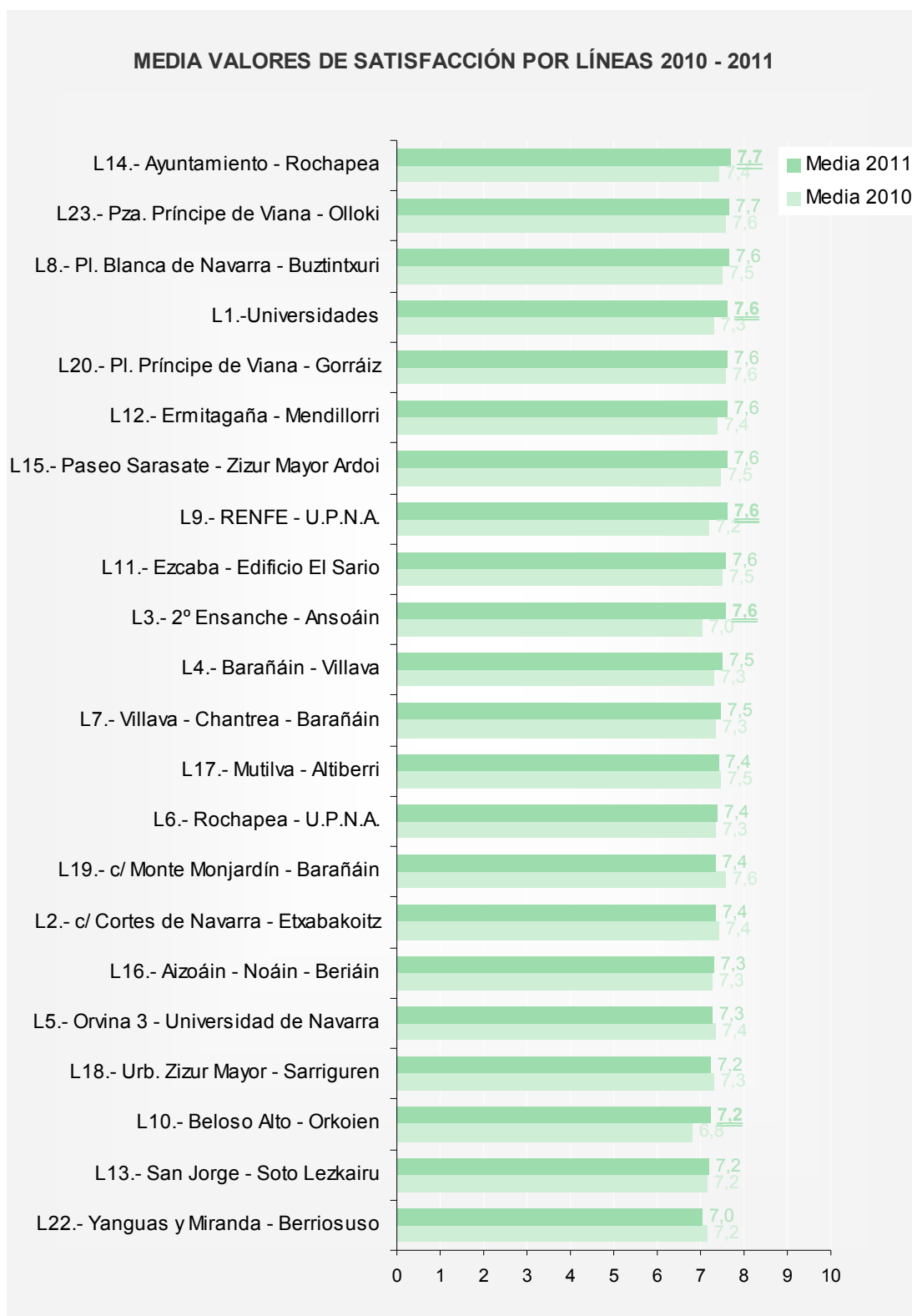
- Por **DEBAJO DE LA MEDIA DE LA RED** se encuentran la línea **L22** con la media de satisfacción más baja (7,0) y supone sólo el 0,4% de los viajes en la red; las líneas **L13, L10 y L18** con una media de 7,2 y suponen el 9,2% de los viajes; y las líneas **L5 y L16** con una media de 7,3 abarcan el 10,8% de los viajes.
- Con un valor **PRÓXIMO A LA MEDIA DE LA RED** se encuentran las líneas **L2, L19, L6, y L17** con una media de satisfacción de 7,4, y las líneas **L7 y L4** con una media de satisfacción de 7,5. Estas líneas abarcan el 46% de los viajes de la red.
- Por **ENCIMA DE LA MEDIA con un valor de 7,6 o superior** destacan diez líneas: **L3, L11, L9, L15, L12, L20, L1 y L8** con una media de satisfacción de 7,6 y en el conjunto de la red suponen el 33% de los viajes y las líneas **L23 y L14** con una media de 7,7 y abarcan el 1% de los viajes de la red.

En el primer gráfico se muestran los resultados por líneas. Representa la media de los valores de satisfacción de las variables en cada línea. Se ordenan las líneas de mejor a peor resultado.

En segundo lugar, se muestra **el gráfico que compara los valores medios de satisfacción por líneas en 2010 y 2011**. La mayor parte de las líneas mejoran el nivel de satisfacción respecto a la medición anterior. Las líneas con diferencias más elevadas respecto a 2010 son **L3, L9, L10, L1, y L14**.



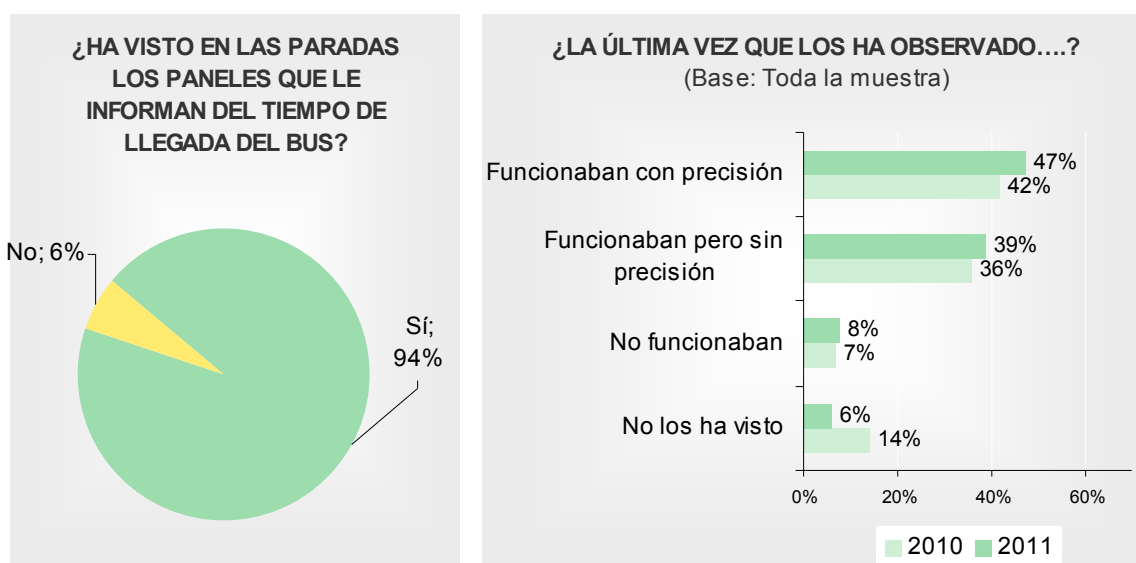




## 5. OTRAS VALORACIONES GENERALES DEL SERVICIO

El 94% de los usuarios han visto los **PANELES DE INFORMACIÓN SAEI** en las paradas. El 47% opinan que funcionan con precisión y el 39% que funcionan pero con poca precisión. El 8% opinan que no funcionan.

En la medición del año, pasado el 86% de los usuarios habían visto los paneles de información SAEI y el 42% opinaban que funcionaban con precisión.



El 36% de los usuarios saben que pueden **CONSULTAR EN GOOGLE MAPS LOS RECORRIDOS DE LA RED** en Transporte Urbano de Pamplona y Comarca y el 16% han realizado este tipo de búsquedas.

Entre los que realizan estas consultas, la mayoría lo ha hecho en el ordenador (92%) y el 14% lo han consultado en el teléfono móvil. La gran mayoría (el 79%) opinan que el resultado de la consulta es fiable con bastante precisión.

El 28% de los usuarios **HAN CONSULTADO EN LA WEB DE MANCOMUNIDAD O DE TCC** información sobre el Transporte Urbano Comarcal, recorridos, horarios, incidencias, etc. El 96% lo ha hecho en el ordenador y el 5% en el teléfono móvil.

A la hora de realizar consultas en la Web, al 90% le ha resultado sencillo su manejo. El 82% consideran fiable, con bastante precisión, la información proporcionada sobre recorridos y al 74% la información proporcionada sobre horarios.

De cara a la utilización de nuevas tecnologías y aplicaciones para acercar la información sobre el servicio de Transporte Urbano se preguntó sobre la disposición y uso de teléfonos inteligentes entre los usuarios del TUC.

El 28% de los usuarios del TUC **DISPONEN DE TELÉFONO INTELIGENTE CON ACCESO A INTERNET**, el 14% tienen contratada una tarifa plana y el 4% una tarifa para consumo de datos de 10 a 50 € mensuales. El 4% sólo se conectan en zonas Wifi y el 6% no se suelen conectar.

De los datos recogidos en los apartados anteriores se desprende que sólo el 2,3% de los usuarios han consultado alguna vez los recorridos en Google Maps a través de su teléfono móvil y el 1,5% han consultado la Web en su móvil.

En general, y teniendo en cuenta un poco todo, en este último año **EL SERVICIO DE TRANSPORTE URBANO COMARCAL**:

- Ha mejorado para el 48% de los usuarios
- No ha cambiado para el 44%
- Ha empeorado algo o mucho para el 4%
- El 4% no han contestado a esta pregunta.

**LA ACTUAL OFERTA DE TRANSPORTE PÚBLICO, LÍNEAS, RECORRIDOS Y PARADAS, CUBRE LAS NECESIDADES DE DESPLAZAMIENTO:**

- Totalmente o en gran medida para el 85% de los usuarios del servicio
- A medias para el 12%
- Poco o nada para el 3%.

En este apartado también se preguntó si **ALGUNA DE LAS LÍNEAS QUE UTILIZA SE HA VISTO AFECTADA POR OBRAS EN LA CIUDAD** en los tres últimos meses.

- El 21% se ha visto afectado en la línea que utiliza habitualmente y el 10% en líneas que utiliza esporádicamente.
- El 14% de los usuarios del servicio consideran que esta circunstancia ha afectado a la calidad del servicio:
  - Mayor tiempo de recorrido (9%)
  - Peor ubicación de las paradas (6%)
  - Menor puntualidad (3%)

Respecto a mediciones anteriores, **disminuye sensiblemente el porcentaje de usuarios afectados por obras en su línea habitual**, 40% (2008), 44% (2009), 26% (2010) y 21% (2011) y disminuye el porcentaje de usuarios que opinan que éstas han afectado a la calidad de servicio, 27% (2008), 32% (2009), 19% (2010) y 14% (2011).

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 55% de los usuarios,
- Normal al 41%
- Barato o Muy Barato al 4%.

En la **EVOLUCIÓN DEL PRECIO DEL SERVICIO**, se observa una percepción más cara del precio en la última medición, pasando los que opinan que el servicio es caro del 48% en 2009 y 2010 al 55% en 2011.