MINISTERIO DE FOMENTO

ineco

ESTUDIO DE CALIDAD DEL SERVICIO Y GRADO DE SATISFACCIÓN DE LOS USUARIOS DE LOS SERVICIOS PÚBLICOS DE TRANSPORTE REGULAR DE VIAJEROS POR CARRETERA, COMPETENCIA DE LA ADMINISTRACIÓN GENERAL DEL ESTADO. AÑO 2015.

DESARROLLO DE LAS INVESTIGACIONES DE CAMPO
FASE II

Madrid, 30 noviembre de 2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN 1
2. PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO 2
2.1 ENCUESTA A USUARIOS 2
2.2 FICHAS ESTACIONES DE AUTOBÚS 6
3. CODIFICACIÓN Y GRABACIÓN DE LA INFORMACIÓN 6
4. ENCUESTA A USUARIOS. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA OBTENIDA 7
4.1 MUESTRA OBTENIDA SEGÚN EMPRESA EXPLOTADORA 9
4.2 MUESTRA OBTENIDA SEGÚN ESTACIÓN DE LLEGADA 11
4.3 MUESTRA OBTENIDA SEGÚN PROVINCIA DE ORIGEN DEL VIAJE 12
4.4 CARACTERÍSTICAS SOCIOECONÓMICAS DE LOS USUARIOS Y HÁBITOS DE UTILIZACIÓN DE LOS SERVICIOS 14
4.5 VALORACIÓN DE LOS ATRIBUTOS DE CALIDAD 18
4.6 IMPORTANCIA ASIGNADA A LOS ATRIBUTOS DE CALIDAD 30
4.7 PERCEPCIÓN DE CAMBIOS 34
ANEJO I: CUESTIONARIO A USUARIOS 38
ANEJO II: FICHA DE ESTACIÓN 39
ANEJO III: MANUAL DEL ENCUESTADOR 40

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Muestra programada según concesión 3
Tabla 2. Calendario de campo según punto de encuesta 5
Tabla 3. Muestra programada y obtenida según contrato 7
Tabla 4. Muestra obtenida según empresa explotadora 9
Tabla 5. Muestra obtenida según estación de llegada 11
Tabla 6. Muestra obtenida según provincia de origen 12
Tabla 7. Atributos de mayor importancia 30
Tabla 8. Atributos de menor importancia 32
Tabla 9. Atributos que han mejorado 34
Tabla 10. Atributos que han empeorado 36

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Encuestas realizadas según sexo 14
Figura 2. Encuestas realizadas según edad 14
Figura 3. Encuestas realizadas según ocupación 15
Figura 4. Encuestas realizadas según motivo de viaje 15
Figura 5. Encuestas realizadas según frecuencia de viaje 16
Figura 6. Encuestas realizadas según lugar de compra del billete 17
Figura 7. Encuestas realizadas según tipo de billete 17
Figura 8 Puntualidad de salida 19
Figura 9 Puntualidad de llegada 19
Figura 10 Sensación de seguridad durante el viaje 20
Figura 11 Confort y comodidad del autobús 20
Figura 12 Temperatura interior del autobús 21
Figura 13 Amabilidad y corrección del personal de la empresa 21
Figura 14 Información y venta de billetes 22
Figura 15 Calidad de los vehículos 22
Figura 16 Limpieza interior y exterior de los vehículos 23
Figura 17 Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares…) 23
Figura 18 Suficiencia de horarios 24
Figura 19 Correspondencia con otras líneas y modos de transporte 24
Figura 20 Idoneidad de las paradas 25
Figura 21 Relación calidad/precio 25
Figura 22 Seguridad y control de equipajes 26
Figura 23 Información de los derechos del viajero 26
Figura 24 Disponibilidad de hojas de reclamaciones 27
Figura 25 Información y señalización del servicio en la estación 27
Figura 26 Estado de conservación y limpieza de la estación de origen 28
Figura 27 Servicio de Internet (información, reserva y venta) 28
Figura 28 Comodidad en la subida y bajada del autobús 29
Figura 29. Comparación de atributos de calidad que han mejorado (2015/2008) 35
Figura 30. Comparación de atributos de calidad que han empeorado (2015/2008) 37

1. INTRODUCCIÓN

La Dirección General de Transporte Terrestre ha encomendado a Ineco en 2015 la realización del Estudio **"Calidad del servicio y grado de satisfacción de los usuarios de los servicios públicos de transporte regular de viajeros por carretera competencia de la Administración General del Estado"**. Ineco ya realizó este mismo estudio con periodicidad bianual, entre los años 2000 y 2008.

El objetivo principal de este estudio es conocer la opinión y valoración de los usuarios de las diferentes líneas a través de una amplia investigación de campo mediante entrevista personal a la finalización del viaje o a bordo de los vehículos.

El presente documento recoge la información correspondiente a la Fase II: preparación de la investigación de campo, el plan de investigación de la encuestas a usuarios, el proceso seguido para la cumplimentación de las fichas de estaciones de autobuses y el proceso de codificación y grabación de la información. Se incluye, además, en este informe el análisis univariante de los resultados obtenidos en la encuesta a usuarios.

La exposición de los contenidos se ha agrupado en cuatro bloques de información:

- Preparación de la investigación por encuesta.
- Proceso de codificación y grabación de la información.
- Encuesta a usuarios. Principales resultados obtenidos.
    - Análisis de las características socioeconómicas de los usuarios y hábitos de utilización de los servicios.
    - Valoración de la calidad percibida por los usuarios de los diferentes aspectos del servicio ofrecido por las empresas concesionarias.
    - Importancia asignada a los conceptos relacionados con la calidad que se incluían en el cuestionario.
    - Cambios percibidos por los usuarios en la calidad ofrecida.
- Ficha de estaciones de autobús.

En el bloque correspondiente a los resultados obtenidos en la encuesta a usuarios se recoge una exposición en detalle con la explotación en forma de cuadros y gráficos.

A pesar del tiempo transcurrido desde la última medición, año 2008, los datos de comparación y evolución se han realizado con dicho año.

2. PREPARACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN DE CAMPO

Las tareas preliminares a la práctica de campo se han concentrado en la actualización y revisión de las rutas, expediciones y horarios de cada concesión con el objetivo de planificar la investigación, identificando los puntos de encuesta idóneos. Como información de partida se analizó la información facilitada por la Dirección del Estudio, relativa a las rutas por concesión y a las matrices origen-destino de viajeros.

Dentro de esta planificación, se elaboró un calendario de campo para cada una las estaciones objeto de encuesta.

En relación a la selección de los equipos de trabajo, Ineco conformó un equipo de encuestadores en cada uno de los municipios objeto del estudio. Así como a un jefe de equipo como responsable del trabajo de campo en la estación.

El plan de formación se desarrolló en tres etapas:

Primera etapa: elaboración del manual del encuestador (recogido en el Anejo III).

Segunda etapa: formación de los jefes de equipo en varias vertientes. Aprendizaje de las características de la investigación, su papel dentro del equipo de campo y técnicas para formar al resto del equipo, encuestadores.

Tercera etapa: formación de los encuestadores a cargo del jefe de equipo, tal y como se ha mencionado en el párrafo anterior.

2.1 Encuesta a usuarios

El tamaño de muestra definido para la investigación fue de 15.000 encuestas, distribuidas en función de la demanda mediante una afijación proporcional según concesión (VAC).

La población objeto de estudio alcanza a todos los usuarios de las líneas interurbanas competencia de la Administración General del Estado, agrupadas en un total de 86 concesiones. Como salvedad, se han excluido a los viajeros de las rutas integradas en el Consorcio Regional de Transportes de Madrid cuyas paradas de origen y destino se encuentran dentro de la propia Comunidad de Madrid.

La encuesta se ha llevado a cabo mediante entrevista personal a los usuarios de los servicios de transporte interurbano en el momento de finalizar su viaje o bien, a bordo de los vehículos, mediante una selección aleatoria del individuo objeto de encuesta. El cuestionario programado se encuentra en el anejo correspondiente.

El reparto de la muestra programada según concesión se puede observar en la tabla siguiente:

Tabla 1. Muestra programada según concesión

VAC	DENOMINACIÓN	MUESTRA
VAC-010	ALDEANUEVA DEL CAMINO-MADRID CON HIJUELAS	50
VAC-017	TERUEL-BARCELONA	40
VAC-020	MADRID-BURGO DE OSMA	15
VAC-022	LOGROÑO-SORIA-MADRID CON HIJUELAS	170
VAC-023	MADRID-TOLEDO CON HIJUELAS	1.000
VAC-025	MURCIA-SEVILLA POR GRANADA CON HIJUELAS	65
VAC-031	MURCIA-VALENCIA	60
VAC-033	FRAGA-BINEFAR-LÉRIDA-MEQUINENZA-HUESCA	45
VAC-034	VIELLA-LÉRIDA CON HIJUELAS	15
VAC-043	LÉRIDA-MOLINA DE ARAGON POR ZARAGOZA CON HIJUELAS	75
VAC-044	MADRID-GUADALAJARA	440
VAC-046	IRÚN-TUY CON HIJUELAS	270
VAC-049	BURGOS-ZARAGOZA CON HIJUELAS	180
VAC-050	MADRID-ARANDA DE DUERO	50
VAC-051	MADRID-BADAJOZ-VALENCIA CON HIJUELAS	480
VAC-053	CORIA-SALAMANCA-BARCELONA CON HIJUELAS	25
VAC-055	MADRID-ALICANTE CON HIJUELAS	370
VAC-059	ALICANTE-HELLÍN POR TOBARRA	15
VAC-063	MADRID-TOLEDO POR VALMOJADO	195
VAC-064	CUENCA-BARCELONA CON HIJUELAS	25
VAC-066	BADAJOZ-SEVILLA CON HIJUELAS	155
VAC-067	BURGOS-POZA DE LA SAL-BRIVIESCA-PADRONES-LOGROÑO CON HIJUELAS	15
VAC-068	MADRID-JARAIZ DE LA VERA CON HIJUELAS	120
VAC-072	JAEN-BENIDORM	15
VAC-073	MADRID-NAVAMORCUENDE CON HIJUELAS	30
VAC-074	ÉIBAR-PAMPLONA	15
VAC-075	BARCELONA-HUESCA	70
VAC-076	SORIA-ZARAGOZA CON HIJUELAS	50
VAC-082	MADRID-FUENSALIDA	90
VAC-085	HELLÍN-LAS JUNTAS CON HIJUELAS	15
VAC-087	MADRID-MIAJADAS-DON BENITO	750
VAC-092	MADRID-GRANADA-ALMUÑECAR	285
VAC-093	MADRID-JAÉN CON HIJUELAS	245
VAC-095	SORIA-CALAHORRA CON HIJUELAS	70
VAC-098	MADRID-MÁLAGA-ALGECIRAS	175
VAC-099	MADRID-ZARAGOZA.BARCELONA CON HIJUELAS	465
VAC-104	ALICANTE-CARTAGENA-MURCIA CON HIJUELAS	120
VAC-108	SANTANDER-BILBAO-BARCELONA CON HIJUELAS	40
VAC-109	ALMERÍA-CARTAGENA	25
VAC-111	PAMPLONA-JACA	15
VAC-114	CUENCA-VALENCIA-ALBACETE CON HIJUELAS	155
VAC-115	MADRID-SEGOVIA CON HIJUELAS	690
VAC-116	MADRID-AGUDO CON HIJUELAS	535
VAC-120	MURCIA-ALMERÍA CON HIJUELAS	220
VAC-124	HUESCA-LÉRIDA CON HIJUELAS	150
VAC-126	BADAJOZ-CÓRDOBA CON HIJUELAS	95
VAC-127	MADRID-SALAMANCA-VIGO CON HIJUELAS	450
VAC-130	MADRID-FUENTE DEL ARCO-BADALONA CON HIJUELAS	50

Tabla 1. Muestra programada según concesión

VAC	DENOMINACIÓN	MUESTRA
VAC-132	ALICANTE-MURCIA CON HIJUELAS	120
VAC-133	ZARAGOZA-MURCIA CON HIJUELAS	100
VAC-137	BADAJOZ-MURCIA	15
VAC-138	IRÚN-ALGECIRAS	25
VAC-140	SALAMANCA-LEÓN-SANTANDER-LAREDO	35
VAC-144	SEVILLA-MÉRIDA CON HIJUELAS	390
VAC-145	LEÓN-ZARAGOZA POR VALLADOLID CON HIJUELAS	80
VAC-149	MADRID-MOLINA DE ARAGON-TERUEL-VALENCIA CON HIJUELAS	80
VAC-150	SEVILLA Y MÁLAGA A MONTGAT Y MANRESA CON HIJUELAS	340
VAC-152	MADRID-PIEDRABUENA	440
VAC-154	ZARAGOZA-CASTELLÓN DE LA PLANA POR TARRAGONA Y CASPE	220
VAC-157	MADRID-IRÚN CON HIJUELAS	770
VAC-158	MADRID-CASAS IBAÑEZ-LAS LAGUNAS DE RUIDERA	475
VAC-159	SANTIAGO DE COMPOSTELA-GIJÓN-IRÚN-BARCELONA	620
VAC-160	MADRID-LEÓN-GIJÓN	620
VAC-161	SEVILLA-SALAMANCA-IRÚN	230
VAC-200	LA PUERTA DE SEGURA-HELLÍN	15
VAC-201	PUENTE DE GENAVE-ALBACETE	15
VAC-202	PEDRO BERNARDO-TALAVERA DE LA REINA	15
VAC-203	LA ADRADA-TALAVERA DE LA REINA	15
VAC-205	ORCERA-ALBACETE	15
VAC-206	EL FERROL-ALGECIRAS	40
VAC-207	ZAFRA-BARCELONA	15
VAC-208	MADRID Y PAMPLONA POR BURGOS Y LOGROÑO	100
VAC-209	HONTANARES-TALAVERA DE LA REINA	15
VAC-211	TAMARITE DE LITERA-LÉRIDA	80
VAC-212	PUERTOLLANO-ALBACETE-VALENCIA	120
VAC-213	SANTANDER-BILBAO-LA MANGA MAR MENOR	160
VAC-214	MADRID-SEVILLA-AYAMONTE	140
VAC-215	MADRID-CÓRDOBA-SAN FERNANDO	155
VAC-216	MADRID-ALMERÍA	65
VAC-217	AYAMONTE-SANTA COLOMA DE GRAMANET	65
VAC-218	CASA BAJAS (VALENCIA)-TERUEL	15
VAC-219	VIGO-BARCELONA-IRÚN	100
VAC-220	BILBAO-CASTRO URDIALES	435
VAC-221	MADRID- ZAOREJAS-SIGUENZA CON HIJUELAS	35
VAC-222	PLASENCIA-MADRID CON HIJUELAS	50
VAC-223	MADRID-ÁVILA CON HIJUELAS	80
TOTAL		**15.000**

Esta investigación de campo se llevó a cabo entre el 15 de septiembre y el 6 de noviembre de 2015, según el calendario detallado de la siguiente tabla, donde se especifican las fechas inicialmente previstas en cada estación y las finalmente elegidas. La variación es debida a incidencias que surgieron durante el desarrollo de los trabajos y que pudieron ser resueltas de forma satisfactoria modificando la fecha de inicio en algunas estaciones.

Tabla 2. Calendario de campo según punto de encuesta

ESTACIÓN	ENCUESTDORES	FECHA DE INICIO PREVISTA	FECHA FINAL PREVISTA	FECHA DE INICIO DEFINITIVA	FECHA FINAL DEFINITIVA
Albacete	4	21-oct	23-oct	21-oct	23-oct
Alicante	4	28-sep	29-sep	28-sep	29-sep
Almería	4	14-oct	15-oct	14-oct	15-oct
Badajoz	4	13-oct	16-oct	13-oct	16-oct
Barcelona	4	15-sep	18-sep	15-sep	18-sep
Benavente	3	23-oct	23-oct	23-oct	23-oct
Bilbao	6	28-sep	02-oct	28-sep	02-oct
Burgos	4	06-oct	08-oct	07-oct	08-oct
Calahorra	1	*	*	30-oct	30-oct
Córdoba	3	06-oct	07-oct	06-oct	07-oct
Gijón	3	06-oct	07-oct	06-oct	07-oct
Granada	2	06-oct	07-oct	08-oct	07-oct
Hellín	3	19-oct	20-oct	19-oct	21-oct
Huesca	1	*	*	6-nov	6-nov
León	2	06-oct	07-oct	06-oct	07-oct
Lleida	4	13-oct	16-oct	13-oct	16-oct
Madrid	20	15-sep	01-oct	15-sep	01-oct
Murcia	3	22-sep	24-oct	22-sep	24-oct
Pamplona	2	08-oct	09-oct	08-oct	09-oct
Ponferrada	2	15-oct	16-oct	15-oct	16-oct
Salamanca	3	14-oct	16-oct	14-oct	16-oct
Santander	4	07-oct	09-oct	07-oct	09-oct
Sevilla	4	29-sep	01-oct	29-sep	01-oct
Soria	4	19-oct	20-oct	19-oct	20-oct
Talavera	3	13-oct	16-oct	13-oct	16-oct
Tarragona	3	21-oct	23-oct	21-oct	23-oct
Teruel	2	22-oct	23-oct	22-oct	23-oct
Toledo	5	05-oct	09-oct	05-oct	09-oct
Valdepeñas	2	22-oct	23-oct	22-oct	23-oct
Valencia	4	22-sep	24-sep	30-sep	02-oct
Valladolid	3	20-oct	22-oct	21-oct	23-oct
Vitoria	2	22-oct	23-oct	22-oct	23-oct
Zaragoza	5	06-oct	08-oct	07-oct	09-oct

* Durante el desarrollo del trabajo de campo se advirtió que la muestra obtenida en determinadas concesiones no alcanzaba el objetivo marcado, por lo que, de acuerdo con la Dirección del estudio, se decidió incluir dos nuevos puntos de encuesta: las estaciones de Calahorra y Huesca. Paralelamente se realizaron encuestas a bordo de los autobuses en algunas rutas de baja demanda.

2.2 Fichas Estaciones de Autobús

La ficha de estaciones de autobús, recoge un conjunto de características relacionadas con el número de viajeros de la propia estación, su antigüedad, ubicación en el entorno, accesibilidad y número de establecimientos comerciales en su interior.

La cumplimentación de la ficha de estación corrió a cargo del jefe de equipo dispuesto en cada ciudad, dicha tarea se llevó a cabo durante las fechas de realización de encuestas.

El modelo de ficha utilizada se encuentra recogido en el Anejo II.

3. CODIFICACIÓN Y GRABACIÓN DE LA INFORMACIÓN

La investigación por encuesta a usuarios ha sido realizada mediante la ayuda de miniordenadores portátiles tipo Tablet. La implementación del cuestionario en una aplicación informática permite:

- La grabación de las respuestas de forma simultánea a la realización de la encuesta.
- La grabación mediante los códigos asignados a cada una de las respuestas. De forma que no es necesaria una codificación posterior para las respuestas cerradas.
- Que la aplicación filtre y direccione a las preguntas adecuadas según contestaciones anteriores. Lo cual evita incoherencias e inconsistencias.

Una vez conformada la base de datos se ha procedido a codificar las preguntas abiertas que eran cuatro, ¿qué ha mejorado?, ¿qué ha empeorado?, aspectos más importantes del servicio y aspectos menos importantes.

Las fichas de estaciones se han grabado manualmente para conformar el fichero básico de información, el cual se presentará en detalle en el informe correspondiente de la Fase III.

4. ENCUESTA A USUARIOS. CARACTERÍSTICAS DE LA MUESTRA OBTENIDA

La investigación por encuesta llevada a cabo ha permitido realizar 15.131 encuestas válidas. Los resultados obtenidos se ven reflejados en la Tabla 3, donde se detalla el número de encuestas válidas obtenidas según concesión, la muestra inicialmente programada y la diferencia entre ambas.

Tabla 3. Muestra programada y obtenida según contrato

Contrato	Muestra obtenida	Muestra programada	Diferencia (Obtenida/ Programada)	% de Cobertura
VAC-010 - ALDEANUEVA DEL CAMINO-MADRID CON HIJUELAS	34	50	-16	68,0%
VAC-017 - TERUEL-BARCELONA	25	40	-15	62,5%
VAC-020 - MADRID-BURGO DE OSMA	15	15	0	100,0%
VAC-022 - LOGROÑO-SORIA-MADRID CON HIJUELAS	227	170	57	133,5%
VAC-023 - MADRID-TOLEDO CON HIJUELAS	1.020	1.000	20	102,0%
VAC-025 - MURCIA-SEVILLA POR GRANADA CON HIJUELAS	67	65	2	103,1%
VAC-031 - MURCIA-VALENCIA	70	60	10	116,7%
VAC-033 - FRAGA-BINEFAR-LÉRIDA-MEQUINENZA-HUESCA	33	45	-12	73,3%
VAC-034 - VIELLA-LÉRIDA CON HIJUELAS	15	15	0	100,0%
VAC-043 - LÉRIDA-MOLINA DE ARAGON POR ZARAGOZA CON HIJUELAS	49	75	-26	65,3%
VAC-044 - MADRID-GUADALAJARA	494	440	54	112,3%
VAC-046 - IRÚN-TUY CON HIJUELAS	230	270	-40	85,2%
VAC-049 - BURGOS-ZARAGOZA CON HIJUELAS	115	180	-65	63,9%
VAC-050 - MADRID-ARANDA DE DUERO	68	50	18	136,0%
VAC-051 - MADRID-BADAJOZ-VALENCIA CON HIJUELAS	603	480	123	125,6%
VAC-053 - CORIA-SALAMANCA-BARCELONA CON HIJUELAS	27	25	2	108,0%
VAC-055 - MADRID-ALICANTE CON HIJUELAS	420	370	50	113,5%
VAC-059 - ALICANTE-HELLÍN POR TOBARRA	11	15	-4	73,3%
VAC-063 - MADRID-TOLEDO POR VALMOJADO	217	195	22	111,3%
VAC-064 - CUENCA-BARCELONA CON HIJUELAS	23	25	-2	92,0%
VAC-066 - BADAJOZ-SEVILLA CON HIJUELAS	162	155	7	104,5%
VAC-067 - BURGOS-POZA DE LA SAL-BRIVIESCA-PADRONES-LOGROÑO	14	15	-1	93,3%
VAC-068 - MADRID-JARAIZ DE LA VERA CON HIJUELAS	128	120	8	106,7%
VAC-072 - JAEN-BENIDORM	12	15	-3	80,0%
VAC-073 - MADRID-NAVAMORCUENDE CON HIJUELAS	29	30	-1	96,7%
VAC-074 - ÉIBAR-PAMPLONA	7	15	-8	46,7%
VAC-075 - BARCELONA-HUESCA	64	70	-6	91,4%
VAC-076 - SORIA-ZARAGOZA CON HIJUELAS	80	50	30	160,0%
VAC-082 - MADRID-FUENSALIDA	47	90	-43	52,2%
VAC-085 - HELLÍN-LAS JUNTAS CON HIJUELAS	19	15	4	126,7%
VAC-087 - MADRID-MIAJADAS-DON BENITO	766	750	16	102,1%
VAC-092 - MADRID-GRANADA-ALMUÑECAR	376	285	91	131,9%
VAC-093 - MADRID-JAÉN CON HIJUELAS	242	245	-3	98,8%
VAC-095 - SORIA-CALAHORRA CON HIJUELAS	41	70	-29	58,6%

Tabla 3. Muestra programada y obtenida según contrato

Contrato	Muestra obtenida	Muestra programada	Diferencia (Obtenida/ Programada)	% de Cobertura
VAC-098 - MADRID-MÁLAGA-ALGECIRAS	188	175	13	107,4%
VAC-099 - MADRID-ZARAGOZA.BARCELONA CON HIJUELAS	524	465	59	112,7%
VAC-104 - ALICANTE-CARTAGENA-MURCIA CON HIJUELAS	80	120	-40	66,7%
VAC-108 - SANTANDER-BILBAO-BARCELONA CON HIJUELAS	39	40	-1	97,5%
VAC-109 - ALMERÍA-CARTAGENA	22	25	-3	88,0%
VAC-111 - PAMPLONA-JACA	7	15	-8	46,7%
VAC-114 - CUENCA-VALENCIA-ALBACETE CON HIJUELAS	166	155	11	107,1%
VAC-115 - MADRID-SEGOVIA CON HIJUELAS	763	690	73	110,6%
VAC-116 - MADRID-AGUDO CON HIJUELAS	525	535	-10	98,1%
VAC-120 - MURCIA-ALMERÍA CON HIJUELAS	189	220	-31	85,9%
VAC-124 - HUESCA-LÉRIDA CON HIJUELAS	69	150	-81	46,0%
VAC-126 - BADAJOZ-CÓRDOBA CON HIJUELAS	67	95	-28	70,5%
VAC-127 - MADRID-SALAMANCA-VIGO CON HIJUELAS	521	450	71	115,8%
VAC-130 - MADRID-FUENTE DEL ARCO-BADALONA CON HIJUELAS	60	50	10	120,0%
VAC-132 - ALICANTE-MURCIA CON HIJUELAS	93	120	-27	77,5%
VAC-133 - ZARAGOZA-MURCIA CON HIJUELAS	87	100	-13	87,0%
VAC-137 - BADAJOZ-MURCIA	8	15	-7	53,3%
VAC-138 - IRÚN-ALGECIRAS	24	25	-1	96,0%
VAC-140 - SALAMANCA-LEÓN-SANTANDER-LAREDO	42	35	7	120,0%
VAC-144 - SEVILLA-MÉRIDA CON HIJUELAS	395	390	5	101,3%
VAC-145 - LEÓN-ZARAGOZA POR VALLADOLID CON HIJUELAS	60	80	-20	75,0%
VAC-149 - MADRID-MOLINA DE ARAGON-TERUEL-VALENCIA	100	80	20	125,0%
VAC-150 - SEVILLA Y MÁLAGA A MONTGAT Y MANRESA CON HIJUELAS	407	340	67	119,7%
VAC-152 - MADRID-PIEDRABUENA	517	440	77	117,5%
VAC-154 - ZARAGOZA-CASTELLÓN (POR TARRAGONA Y CASPE)	112	220	-108	50,9%
VAC-157 - MADRID-IRÚN CON HIJUELAS	738	770	-32	95,8%
VAC-158 - MADRID-CASAS IBAÑEZ-LAS LAGUNAS DE RUIDERA	534	475	59	112,4%
VAC-159 - SANTIAGO DE COMPOSTELA-GIJÓN-IRÚN-BARCELONA	533	620	-87	86,0%
VAC-160 - MADRID-LEÓN-GIJÓN	595	620	-25	96,0%
VAC-161 - SEVILLA-SALAMANCA-IRÚN	221	230	-9	96,1%
VAC-200 - LA PUERTA DE SEGURA-HELLÍN	10	15	-5	66,7%
VAC-201 - PUENTE DE GENAVE-ALBACETE	21	15	6	140,0%
VAC-202 - PEDRO BERNARDO-TALAVERA DE LA REINA	17	15	2	113,3%
VAC-203 - LA ADRADA-TALAVERA DE LA REINA	17	15	2	113,3%
VAC-205 - ORCERA-ALBACETE	6	15	-9	40,0%
VAC-206 - EL FERROL-ALGECIRAS	34	40	-6	85,0%
VAC-207 - ZAFRA-BARCELONA	14	15	-1	93,3%
VAC-208 - MADRID Y PAMPLONA POR BURGOS Y LOGROÑO	127	100	27	127,0%
VAC-209 - HONTANARES-TALAVERA DE LA REINA	20	15	5	133,3%

Tabla 3. Muestra programada y obtenida según contrato

Contrato	Muestra obtenida	Muestra programada	Diferencia (Obtenida/ Programada)	% de Cobertura
VAC-211 - TAMARITE DE LITERA-LÉRIDA	48	80	-32	60,0%
VAC-212 - PUERTOLLANO-ALBACETE-VALENCIA	175	120	55	145,8%
VAC-213 - SANTANDER-BILBAO-LA MANGA MAR MENOR	84	160	-76	52,5%
VAC-214 - MADRID-SEVILLA-AYAMONTE	133	140	-7	95,0%
VAC-215 - MADRID-CÓRDOBA-SAN FERNANDO	208	155	53	134,2%
VAC-216 - MADRID-ALMERÍA	77	65	12	118,5%
VAC-217 - AYAMONTE-SANTA COLOMA DE GRAMANET	58	65	-7	89,2%
VAC-218 - CASA BAJAS (VALENCIA)-TERUEL	7	15	-8	46,7%
VAC-219 - VIGO-BARCELONA-IRÚN	89	100	-11	89,0%
VAC-220 - BILBAO-CASTRO URDIALES	393	435	-42	90,3%
VAC-221 - MADRID- ZAOREJAS-SIGUENZA CON HIJUELAS	22	35	-13	62,9%
VAC-222 - PLASENCIA-MADRID CON HIJUELAS	51	50	1	102,0%
VAC-223 - MADRID-ÁVILA CON HIJUELAS	84	80	4	105,0%
Total	**15.131**	**15.000**	**131**	**100,9%**

En total, se ha obtenido una muestra válida de 131 encuestas por encima del tamaño de muestra definido inicialmente en el estudio.

Entre las concesiones donde la muestra eficaz ha sido notablemente inferior a la programada, destacan fundamentalmente las que tienen un menor número de viajeros y un menor número de expediciones, además de aquellas que aglutinan un conjunto disperso de rutas intermedias entre poblaciones de menor entidad, donde no se ha extendido la investigación por encuesta.

4.1 Muestra obtenida según empresa explotadora

El número de encuestas realizadas según empresa explotadora se distribuye como se indica en la Tabla 4. Se puede observar que el mayor número de encuestas se concentra en torno a las empresas concesionarias con un mayor número de viajeros, dada la elevada demanda de las rutas que prestan servicio o porque estas son concesionarias del servicio de diferentes VAC al mismo tiempo.

Tabla 4. Muestra obtenida según empresa explotadora

Empresa explotadora	Muestra obtenida	%
AGREDA AUTOMOVIL, S.A.	49	*0,3%*
ALIANZA BUS, S.L.U.	595	*3,9%*
ALOSA AUTOCARES Y AUTOBUSES, S.L.	140	*0,9%*
AUTO RES, S.L.	1.124	*7,4%*
AUTO TRANSPORTES LOPEZ, S.L.	67	*0,4%*
AUTOBUSES ALSINA, S.L.U.	166	*1,1%*
AUTOBUSES JIMENEZ, S.L.	41	*0,3%*
AUTOBUSES PAMPLONA-MADRID, S.L.	127	*0,8%*

Tabla 4. Muestra obtenida según empresa explotadora

Empresa explotadora	Muestra obtenida	%
AUTOBUSES TERUEL-ZARAGOZA, S.A.	87	*0,6%*
AUTOCARES CER, S.A.	14	*0,1%*
AUTOCARES COSTA AZUL, S.A.	80	*0,5%*
AUTOCARES MOLINERO, S.L.	37	*0,2%*
AUTOCARES NOVATOUR, S.L.	19	*0,1%*
AUTOCARES SAMAR, S.A.	1.655	*10,9%*
AUTOMNIBUS INTERURBANOS, S.A. (AISA)	585	*3,9%*
BILMAN BUS, S.L.	84	*0,6%*
BUS MADRID ALMERIA, S.L.	77	*0,5%*
CIA.EUROPEA DE VIAJEROS ESPAÑA, S.A.	161	*1,1%*
DAINCO, S.A.	34	*0,2%*
DAMAS, S.A.	162	*1,1%*
EMPRESA LAX, S.L.	48	*0,3%*
GRUPO ENATCAR, S.A.	872	*5,8%*
INTERNATIONAL REGULAR BUS CASTRO, S.L.	393	*2,6%*
INTERNATIONAL REGULAR BUS, S.L.	7	*0,0%*
INTERURBANA DE AUTOBUSES, S.A.	222	*1,5%*
INTERURBANA DE AUTOCARES, S.A.U.	230	*1,5%*
LA HISPANO DE FUENTE EN SEGURES, S.A.	137	*0,9%*
LA REQUENENSE DE AUTOCARES CL, S.A.	175	*1,2%*
LA SEPULVEDANA, S.A.	763	*5,0%*
LA SERRANICA, S.L.	11	*0,1%*
LA VELOZ, S.A.	948	*6,3%*
LINEAS EXTREMEÑAS DE AUTOBUSES, S.A. (LEDA)	395	*2,6%*
LINECAR,S.A.	60	*0,4%*
LLORENTE BUS, S.L.	58	*0,4%*
LOGROZA, S.L.	115	*0,8%*
NEX CONTINENTAL HOLDING, S.L.U.	3.019	*20,0%*
R.J. AUTOCARES, S.L.	84	*0,6%*
RUTAS DEL CANTÁBRICO, S.L.	533	*3,5%*
S.A. ALSINA GRAELLS DE AUTO TRANSPORTES	48	*0,3%*
SECORBUS, S.L.	232	*1,5%*
SOCIBUS, S.A.	133	*0,9%*
TRANSPORTE BACOMA, S.A.U.	570	*3,8%*
TRANSPORTE DE VIAJEROS DE ARAGON, S.A.	524	*3,5%*
TRANSPORTES HERNANDEZ PALACIO, S.A.	80	*0,5%*
TRANSPORTES PESA, S.A.	7	*0,0%*
VIAJES POR CARRETERA, S.A.	39	*0,3%*
VIGO-BARCELONA, S.A. (VIBASA)	124	*0,8%*
Total	**15.131**	***100,0%***

4.2 Muestra obtenida según estación de llegada

La metodología de muestreo definida se ha basado mayoritariamente en la realización de encuestas en las principales estaciones de autobuses, en el momento de llegada de los viajeros. La selección de estaciones donde se han dispuesto los equipos de trabajo, es el resultado de un estudio previo de las rutas existentes de cada contrato y del horario y el número de expediciones de cada una de las rutas, con el fin de optimizar la práctica de campo.

Eventualmente, también se han llevado a cabo encuestas a bordo de algunas expediciones en los contratos donde el número de viajeros era menor, lo que no facilitaba la obtención de los datos en la estación. Estas encuestas se han clasificado en la tabla siguiente en la categoría "Otras".

Tabla 5. Muestra obtenida según estación de llegada

Estación	Muestra obtenida	%
Albacete	402	*2,7%*
Alicante	163	*1,1%*
Almería	190	*1,3%*
Badajoz	533	*3,5%*
Barcelona	366	*2,4%*
Benavente	22	*0,1%*
Bilbao	717	*4,7%*
Burgos	243	*1,6%*
Calahorra	35	*0,2%*
Córdoba	173	*1,1%*
Gijón	141	*0,9%*
Granada	70	*0,5%*
Hellín	104	*0,7%*
León	54	*0,4%*
Lleida	189	*1,2%*
Madrid	8.019	*53,0%*
Murcia	298	*2,0%*
Pamplona	42	*0,3%*
Ponferrada	90	*0,6%*
Salamanca	245	*1,6%*
Santander	317	*2,1%*
Sevilla	173	*1,1%*
Huesca	30	*0,2%*
Soria	207	*1,4%*
Talavera	412	*2,7%*
Tarragona	223	*1,5%*
Teruel	68	*0,4%*
Toledo	647	*4,3%*
Valdepeñas	91	*0,6%*
Valencia	302	*2,0%*
Valladolid	102	*0,7%*
Vitoria	55	*0,4%*
Zaragoza	303	*2,0%*
Otras (a bordo)	105	*0,7%*
Total	**15.131**	***100,0%***

Destacan las encuestas efectuadas en Madrid, donde se concentra el tráfico de hasta 35 de los 86 contratos existentes. Este hecho hace que el mayor número de viajeros se localice entre las 5 estaciones o intercambiadores principales donde se obtuvieron las encuestas (Méndez Álvaro, Avenida de América, Príncipe Pío, Moncloa y Plaza Elíptica).

4.3 Muestra obtenida según provincia de origen del viaje

Se detalla en la Tabla 6 el número de encuestas realizadas según la provincia de origen del viaje. No obstante, el desglose a nivel municipal del origen del viaje, recogido en la encuesta, se expondrá en el informe final.

Tabla 6. Muestra obtenida según provincia de origen

Provincia origen	Muestra obtenida	%
A Coruña	115	*0,8%*
Álava	53	*0,4%*
Albacete	351	*2,3%*
Alicante	238	*1,6%*
Almería	240	*1,6%*
Asturias	317	*2,1%*
Ávila	273	*1,8%*
Badajoz	825	*5,5%*
Barcelona	409	*2,7%*
Burgos	293	*1,9%*
Cáceres	298	*2,0%*
Cádiz	115	*0,8%*
Cantabria	612	*4,0%*
Castellón	63	*0,4%*
Ciudad Real	303	*2,0%*
Córdoba	102	*0,7%*
Cuenca	268	*1,8%*
Granada	370	*2,4%*
Guadalajara	536	*3,5%*
Guipúzcoa	135	*0,9%*
Huelva	35	*0,2%*
Huesca	167	*1,1%*
Jaén	194	*1,3%*
La Rioja	244	*1,6%*
León	139	*0,9%*
Lleida	94	*0,6%*
Lugo	40	*0,3%*
Madrid	1.368	*9,0%*
Málaga	201	*1,3%*
Murcia	376	*2,5%*
Navarra	90	*0,6%*
Ourense	23	*0,2%*
Palencia	43	*0,3%*
Pontevedra	59	*0,4%*
Salamanca	305	*2,0%*
Segovia	766	*5,1%*
Sevilla	159	*1,1%*

Tabla 6. Muestra obtenida según provincia de origen

Provincia origen	Muestra obtenida	%
Soria	140	*0,9%*
Tarragona	44	*0,3%*
Teruel	73	*0,5%*
Toledo	3.098	*20,5%*
Valencia	359	*2,4%*
Valladolid	205	*1,4%*
Vizcaya	456	*3,0%*
Zamora	85	*0,6%*
Zaragoza	452	*3,0%*
Total	**15.131**	***100,0%***

Madrid y Toledo se sitúan como las provincias con mayor número de viajeros encuestados dado el elevado número de rutas concesionadas entre ambas provincias y la elevada demanda de dichas rutas. Asimismo, la situación geográfica de estas dos zonas, hace que se generen un alto número de viajes entre las diferentes poblaciones de Toledo y la ciudad de Madrid.

Del mismo modo, otras provincias situadas en un entorno geográfico próximo a la ciudad de Madrid como son Guadalajara o Segovia, propician un elevado grado de movilidad entre estas provincias y la capital española.

Entre otras provincias de origen donde destaca el elevado número de encuestas, se sitúa Badajoz, con 825 encuestas o Cantabria con 612 encuestas.

En el lado opuesto de las provincias de origen con menor número de encuestados, destacan Ourense, Lugo, Huelva, Palencia o Tarragona, con menos de 50 encuestas en cada caso, dado que son provincias con una menor movilidad interregional o que los contratos de transporte regionales pertenecen al ámbito autonómico o a un nivel administrativo inferior.

4.4 Características socioeconómicas de los usuarios y hábitos de utilización de los servicios

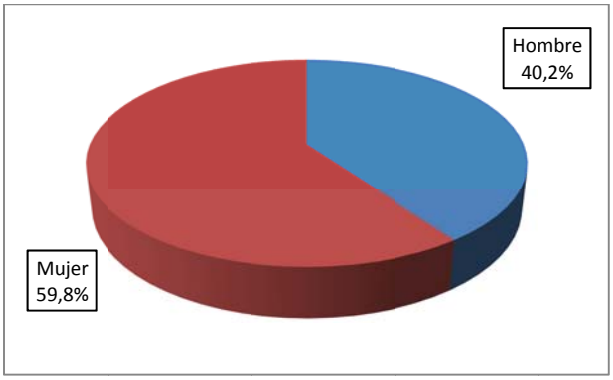
En este capítulo, se exponen los principales resultados de las variables socioeconómicas consideradas en el cuestionario base del estudio. Se analiza a continuación el detalle de la distribución absoluta y porcentual de la muestra según: sexo, edad, ocupación, motivo y frecuencia de viaje, lugar de compra del billete y tipo de billete del viajero.

4.4.1 Distribución de la muestra obtenida según sexo

La muestra obtenida refleja un mayor porcentaje de uso de mujeres (59,8%) frente a hombres (40,2%). Se hace patente una mayor diferencia de uso según sexo en este modo de transporte, en comparación con el último estudio realizado en 2008, habiendo aumentado la diferencia en cuatro puntos.

Figura 1. Encuestas realizadas según sexo

Sexo	Encuestas	%
Hombre	6.077	*40,2%*
Mujer	9.054	*59,8%*
Total	**15.131**	***100,0%***



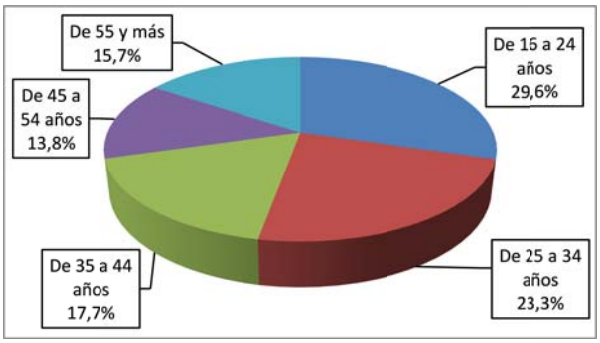
La diferencia según sexo se aproxima más al resultado obtenido en 2006, donde las mujeres utilizaban mayoritariamente este modo con un 57,0%.

4.4.2 Distribución de la muestra obtenida según edad

La franja de edad comprendida entre los 16 y los 34 años, se presenta como el grupo de población con mayor porcentaje de uso (52,9%), seguido de la franja de edad consecutiva, entre 35 y 44 años (17,7%).

Figura 2. Encuestas realizadas según edad

Edad	Encuestas	%
De 16 a 24 años	4.475	*29,6%*
De 25 a 34 años	3.520	*23,3%*
De 35 a 44 años	2.678	*17,7%*
De 45 a 54 años	2.084	*13,8%*
De 55 y más	2.374	*15,7%*
Total	**15.131**	***100,0%***



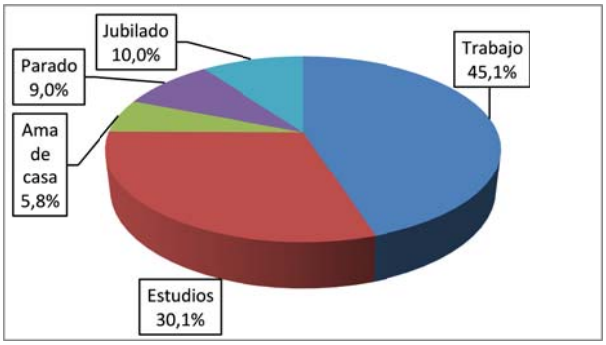
Al igual que lo sucedido en el 2008, el grupo de edad con menor porcentaje es el comprendido entre los 45 y 54 años (13,8%).

4.4.3 *Distribución de la muestra obtenida según ocupación*

Según la ocupación de los viajeros encuestados, se aprecia que de forma mayoritaria los trabajadores y estudiantes son los usuarios que más frecuentan este tipo de transporte (75,2%).

Figura 3. Encuestas realizadas según ocupación

Ocupación	Encuestas	%
Trabajo	6.822	*45,1%*
Estudios	4.548	*30,1%*
Ama de casa	878	*5,8%*
Parado	1.367	*9,0%*
Jubilado	1.516	*10,0%*
Total	**15.131**	***100,0%***



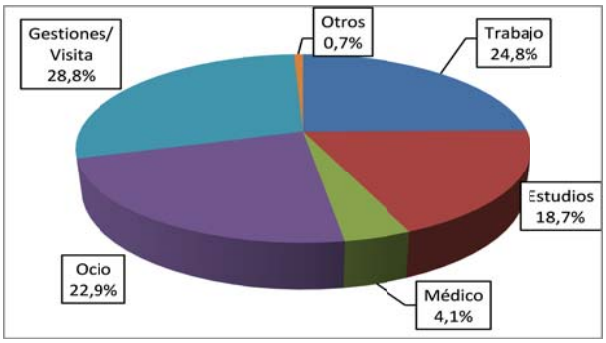
Asimismo, los desempleados se sitúan como grupo con mayor porcentaje de uso frente a la categoría "ama de casa", situación inversa a lo sucedido en 2008.

4.4.4 *Distribución de la muestra obtenida según motivo de viaje*

En contraposición a la distribución de la muestra según ocupación de los viajeros, se observa como los viajes por motivo de ocio o gestiones/visita agrupan al 51,7% de los usuarios. Este hecho es debido a que la movilidad principal investigada es de largo y medio recorrido, correspondiente a los contratos estatales, donde el carácter de los desplazamientos difiere respecto a los modos de transporte urbanos.

Figura 4. Encuestas realizadas según motivo de viaje

Motivo de viaje	Encuestas	%
Trabajo	3.746	*24,8%*
Estudios	2.833	*18,7%*
Médico	623	*4,1%*
Ocio	3.461	*22,9%*
Gestiones/Visita	4.355	*28,8%*
Otros	113	*0,7%*
Total	**15.131**	***100,0%***



La movilidad obligada (trabajo y estudios) representa el 43,5% de los desplazamientos, lo que supone un aumento frente a 2008, donde este tipo de movilidad representaba el 32,9% de los viajes.

4.4.5 *Distribución de la muestra obtenida según frecuencia de viaje*

La distribución según frecuencia de viaje, pone de manifiesto los dos grandes grupos de viajeros que son usuarios del conjunto de los contratos objeto de investigación. Por una parte se encuentra la movilidad recurrente (24,1%), en las rutas más cortas y cercanas a grandes

poblaciones y el resto (75,9%) con una frecuencia de uso menor, que caracterizan de forma general la movilidad de este tipo de contratos de largo y medio recorrido.

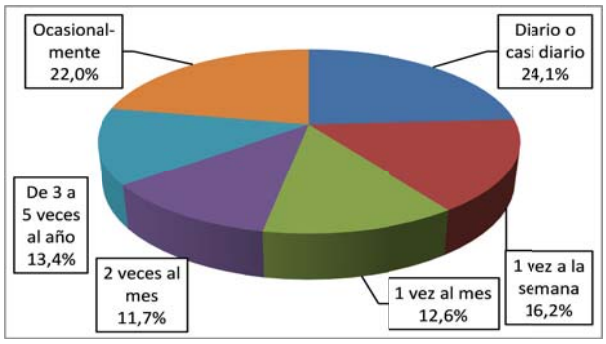
Entre las rutas investigadas se encuentran las que conectan la ciudad de Madrid con poblaciones de Toledo (VAC-023, VAC-116, VAC-152, VAC-158), Guadalajara (VAC-044) o Segovia (VAC-115), entre otras, y que presentan una demanda elevada y, por lo tanto, un mayor número de encuestas. Este tipo de movilidad se asocia a una mayor frecuencia diaria como se refleja en la Figura 5 (24,1%).

Este hecho se puede comprobar observando la provincia de origen de los encuestados, donde también se aprecia la tendencia de una muestra elevada en las provincias influenciadas por la situación central de Madrid.

Otros contratos caracterizados por sus tráficos de proximidad a núcleos de población importantes, como Bilbao (VAC-220), hacen que la movilidad con una alta frecuencia sea un grupo representativo dentro los contratos competencia de la Administración General del Estado.

Figura 5. Encuestas realizadas según frecuencia de viaje

Frecuencia de viaje	Encuestas	%
Diario o casi diario	3.641	*24,1%*
1 vez a la semana	2.456	*16,2%*
1 vez al mes	1.901	*12,6%*
2 veces al mes	1.771	*11,7%*
De 3 a 5 veces al año	2.027	*13,4%*
Ocasionalmente	3.335	*22,0%*
Total	**15.131**	***100,0%***



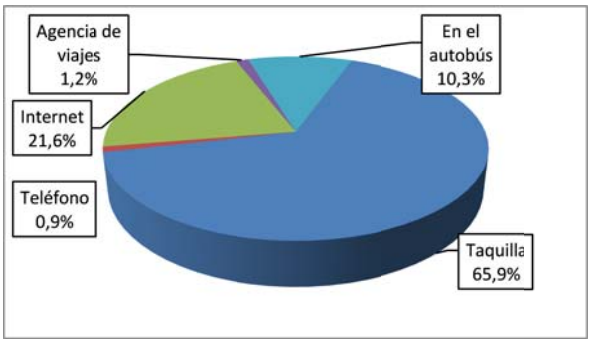
4.4.6 Distribución de la muestra obtenida según lugar de compra del billete

Al igual que lo sucedido en 2008, el lugar de compra del billete por parte del viajero se produce de forma generalizada en taquilla (65,9%). Sin embargo, destaca el incremento de usuarios que realizan actualmente la compra por internet frente al último estudio realizado, donde tan solo el 12,8% compraban el billete de esta forma.

Igualmente, se percibe un aumento en el número de billetes que se expiden en el autobús (1,6% en 2008).

Figura 6. Encuestas realizadas según lugar de compra del billete

Compra del billete	Encuestas	%
Taquilla	9.934	*65,9%*
Teléfono	143	*0,9%*
Internet	3.260	*21,6%*
Agencia de viajes	185	*1,2%*
En el autobús	1.548	*10,3%*
Subtotal	**15.070**	***100,0%***
Ns/Nc	61	
Total	**15.131**	



El mayor descenso se produce en la compra de billetes por teléfono o en agencia de viajes, pasando de representar el 5,0% en 2008 al 2,1% actualmente.

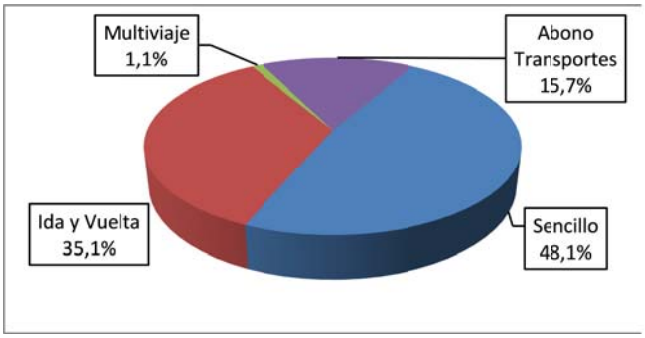
4.4.7 Distribución de la muestra obtenida según tipo de billete

La tipología de billete empleada por los usuarios, ha sido una nueva variable de investigación en este estudio y refleja que la mayor parte de los usuarios utilizan un billete sencillo o de ida y vuelta en sus desplazamientos (83,2%). En parte, reflejo de la poca disponibilidad ofrecida por la empresa explotadora de otro tipo de billete.

Para el resto de viajeros, se puede comprobar que el carácter frecuente de los desplazamientos analizados anteriormente, se corresponden con un porcentaje de los usuarios que utilizan el abono de transporte. Esta categoría se define como el título de transporte que permite realizar viajes ilimitados, dentro de un ámbito zonal, durante un tiempo limitado.

Figura 7. Encuestas realizadas según tipo de billete

Tipo de billete	Encuestas	%
Sencillo	7.269	*48,1%*
Ida y Vuelta	5.311	*35,1%*
Multiviaje	171	*1,1%*
Abono Transportes	2.366	*15,7%*
Subtotal	**15.117**	***100,0%***
Ns/Nc	14	
Total	**15.131**	



4.5 Valoración de los atributos de calidad

El objeto de esta investigación es conocer la valoración que los usuarios hacen de los diferentes aspectos del servicio de transporte público de viajeros por carretera, su percepción con la calidad ofrecida por las diferentes empresas y estaciones de origen. Para lograr este objetivo se ha pedido a los viajeros a su llegada a la estación de destino, que valoraran con una escala adjetivada: *Muy buena, Buena, Normal, Mala* y *Muy mala* la calidad percibida durante su viaje. Se ha incluido en esta medición de 2015 un nuevo atributo, "Comodidad en la subida y bajada del autobús" con una escala diferente al resto (sí/no).

1. Puntualidad de salida.
2. Puntualidad de llegada.
3. Sensación de seguridad durante el viaje.
4. Confort y comodidad del autobús.
5. Temperatura interior del autobús.
6. Amabilidad y corrección del personal de la empresa.
7. Información y venta de billetes.
8. Calidad de los vehículos.
9. Limpieza interior y exterior de los vehículos.
10. Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares…).
11. Suficiencia de horarios.
12. Correspondencia con otras líneas y modos de transporte.
13. Idoneidad de las paradas.
14. Relación calidad/precio.
15. Seguridad y control de equipajes.
16. Información de los derechos del viajero.
17. Disponibilidad de hojas de reclamaciones.
18. Información y señalización del servicio en la estación.
19. Estado de conservación y limpieza de la estación de origen.
20. Servicio de Internet (información, reserva y venta).
21. Comodidad en la subida y bajada del autobús.

En las páginas siguientes se exponen las tablas y gráficos correspondientes a las valoraciones que se han obtenido a nivel global para cada uno de los aspectos. En el informe correspondiente a la Fase III del Estudio, se presentarán estos resultados analizados en función de las diferentes variables de análisis.

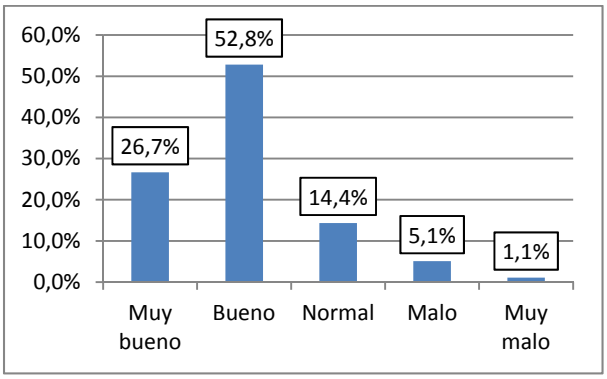
4.5.1 *Puntualidad de salida*

La Puntualidad de salida se encuentra muy bien valorada por los viajeros, el 79,5% la califica de *Muy buena* o *Buena*, mientras que únicamente el 6,2% la califica de *Muy mala* o *Mala.* En relación al año 2008 se observa un aumento de la satisfacción con este atributo, los viajeros más satisfechos suben el 11,3% en tanto que los insatisfechos disminuyen ligeramente, 0,3%.

La mayor diferencia respecto a 2008 consiste en que un 10% de las valoraciones han pasado de la calificación *Normal* a *Muy buena*, permaneciendo el resto con valores similares.

Figura 8 Puntualidad de salida

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	4.026	*26,7%*
Bueno	7.978	*52,8%*
Normal	2.168	*14,4%*
Malo	766	*5,1%*
Muy malo	165	*1,1%*
Subtotal	**15.103**	***100,0%***
Ns/Nc	28	
Total	**15.131**	



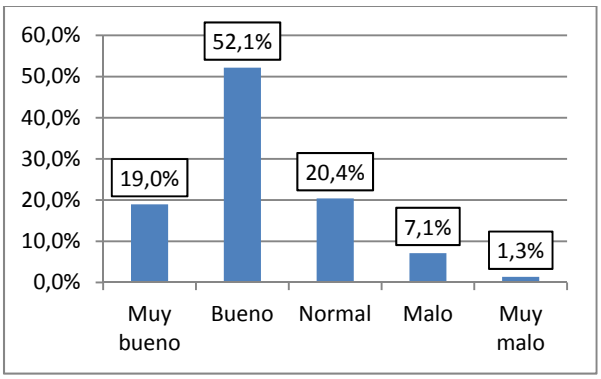
4.5.2 *Puntualidad de llegada*

Los viajeros más satisfechos (Valoraciones: *Muy buena* o *Buena)* con la Puntualidad de llegada suponen el 71,1% y los menos satisfechos, 8,5%. La satisfacción con la puntualidad de llegada es más baja que la de salida, los viajeros más satisfechos suponen un 8,4% menos y los insatisfechos un 2,3% más.

En relación al año 2008, el comportamiento es similar al de la Puntualidad de salida, hay un trasvase del 6% de las calificaciones de *Normal* a *Muy buena.* Permaneciendo el resto de calificaciones con valores similares.

Figura 9 Puntualidad de llegada

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	2.859	*19,0%*
Bueno	7.864	*52,1%*
Normal	3.080	*20,4%*
Malo	1.075	*7,1%*
Muy malo	203	*1,3%*
Subtotal	**15.081**	***100,0%***
Ns/Nc	50	
Total	**15.131**	



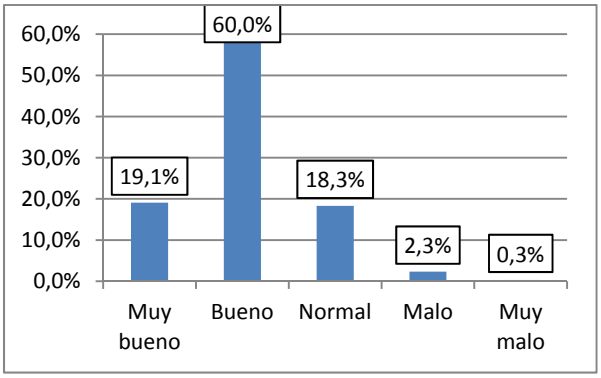
4.5.3 *Sensación de seguridad durante el viaje*

La sensación de seguridad presenta una valoración elevada, el 79% le otorgan calificaciones de *Muy buena* o *Buena,* los que se decantan por el polo opuesto de las valoraciones son únicamente el 2,7%, especial mención al escaso porcentaje que presenta la valoración de Muy mala, 0,3%.

En relación a 2008 se aprecia un aumento de la satisfacción con un incremento significativo de las mejores valoraciones, en detrimento de Normal, Malo y Muy malo. En la actualidad hay un 11,6% más de viajeros con alta satisfacción.

Figura 10 Sensación de seguridad durante el viaje

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	2.881	*19,1%*
Bueno	9.052	*60,0%*
Normal	2.765	*18,3%*
Malo	353	*2,3%*
Muy malo	48	*0,3%*
Subtotal	**15.099**	***100,0%***
Ns/Nc	32	
Total	**15.131**	



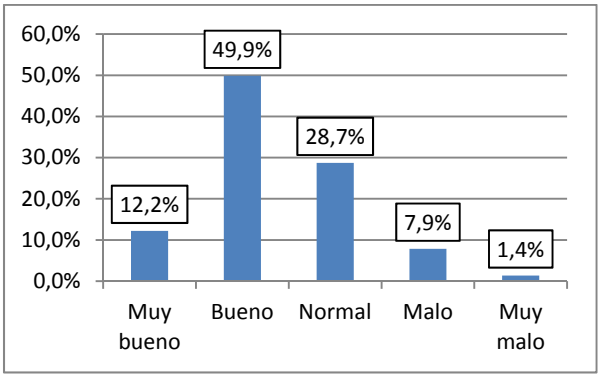
4.5.4 *Confort y comodidad del autobús*

En general y con los datos agregados las valoraciones de este componente son elevadas, situándose en 62,1% los viajeros cuya satisfacción es *Muy buena* o *Buena,* el 28,7% la califica de *Normal* y un 9,2% de *Muy mala* o *Mala*. No existen apenas variaciones con respecto a 2008.

Este componente del servicio posee una alta correlación con la duración del viaje, y será objeto de especial atención en informes posteriores.

Figura 11 Confort y comodidad del autobús

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.845	*12,2%*
Bueno	7.535	*49,9%*
Normal	4.340	*28,7%*
Malo	1.189	*7,9%*
Muy malo	205	*1,4%*
Subtotal	**15.114**	***100,0%***
Ns/Nc	17	
Total	**15.131**	



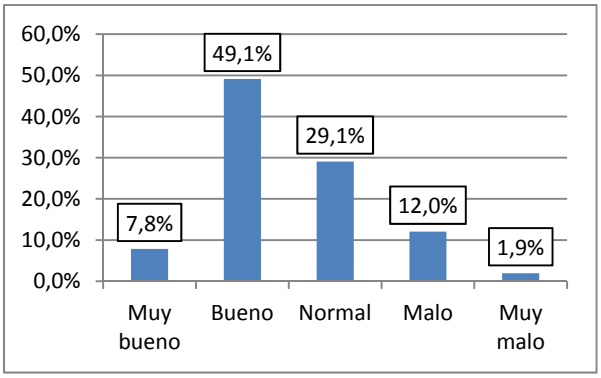
4.5.5 Temperatura interior del autobús

La Temperatura suele ser uno de los factores con muy diversas exigencias de confort por parte de los viajeros y de los que generan mayor controversia sobre su adecuación. A pesar de ello solo el 14% la califican de *Muy mala* o *Mala,* el 29% de *Normal* y el 57% de *Muy buena* o *Buena.*

Con respecto a 2008 se produce un decremento en la percepción de la calidad de este componente del servicio, de forma que los más satisfechos disminuyen un 3% mientras que los menos satisfechos aumentan el 5,7%.

Figura 12 Temperatura interior del autobús

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.184	*7,8%*
Bueno	7.418	*49,1%*
Normal	4.388	*29,1%*
Malo	1.817	*12,0%*
Muy malo	292	*1,9%*
Subtotal	**15.099**	***100,0%***
Ns/Nc	32	
Total	**15.131**	



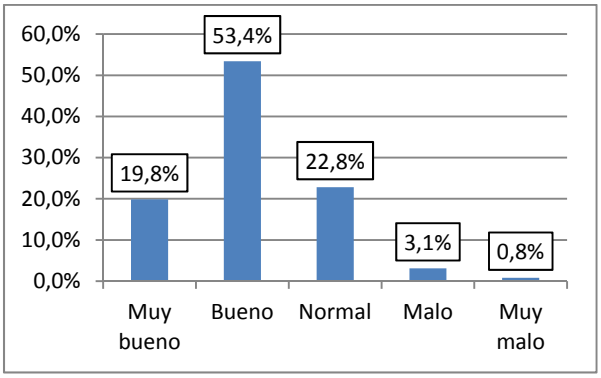
4.5.6 Amabilidad y corrección del personal de la empresa

El trato ofrecido por el personal de la empresa es considerado *Muy bueno* o *Bueno* por el 73,3% de los usuarios y algo menos del 4% lo considera *Muy malo* o *Malo*. Un 22,8% considera que se encuentra dentro de la normalidad.

Estas valoraciones suponen una mejora respecto a 2008, con un significativo aumento de algo más del 10% en las mejores valoraciones, permaneciendo las peores en niveles muy similares.

Figura 13 Amabilidad y corrección del personal de la empresa

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	2.981	*19,8%*
Bueno	8.021	*53,4%*
Normal	3.427	*22,8%*
Malo	465	*3,1%*
Muy malo	124	*0,8%*
Subtotal	**15.018**	***100,0%***
Ns/Nc	113	
Total	**15.131**	



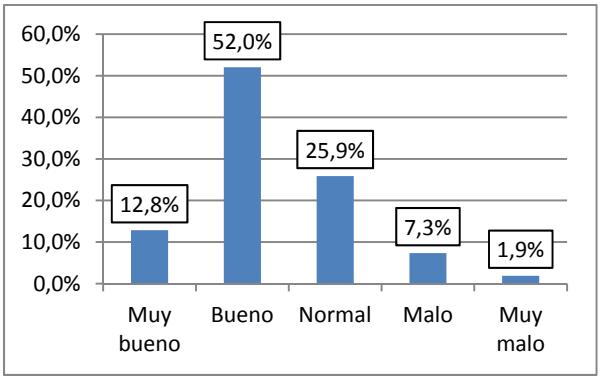
4.5.7 *Información y venta de billetes*

A nivel general este atributo presenta buenos resultados, con casi un 65% de los viajeros que otorgan valoraciones de *Muy buena* o *Buena,* un 26% lo consideran *Normal* y un 9% *Muy mala* o *Mala.* Este atributo requiere un análisis con mayor segregación especialmente de empresas explotadoras, ya que existen diferencias patentes entre ellas.

La principal diferencia con 2008 es que aumentan los satisfechos y los insatisfechos en detrimento de los que lo valoran como *Normal.* Siendo el aumento de los satisfechos mayor que es de los insatisfechos.

Figura 14 Información y venta de billetes

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.848	*12,8%*
Bueno	7.492	*52,0%*
Normal	3.726	*25,9%*
Malo	1.056	*7,3%*
Muy malo	274	*1,9%*
Subtotal	**14.396**	***100,0%***
Ns/Nc	735	
Total	**15.131**	

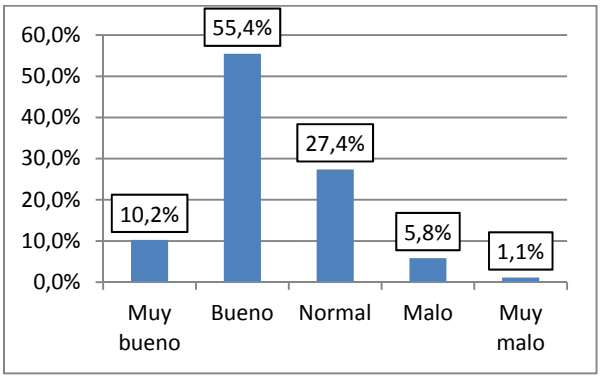


4.5.8 *Calidad de los vehículos*

La calidad de los vehículos es también un atributo bien valorado por los viajeros, el 65,7% opina que es *Muy buena* o *Buena,* lo que supone un 5,6% más con respecto a 2008. Los viajeros insatisfechos suponen un 7%, valor similar al de 2008.

Figura 15 Calidad de los vehículos

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.541	*10,2%*
Bueno	8.339	*55,4%*
Normal	4.117	*27,4%*
Malo	875	*5,8%*
Muy malo	167	*1,1%*
Subtotal	**15.039**	***100,0%***
Ns/Nc	92	
Total	**15.131**	



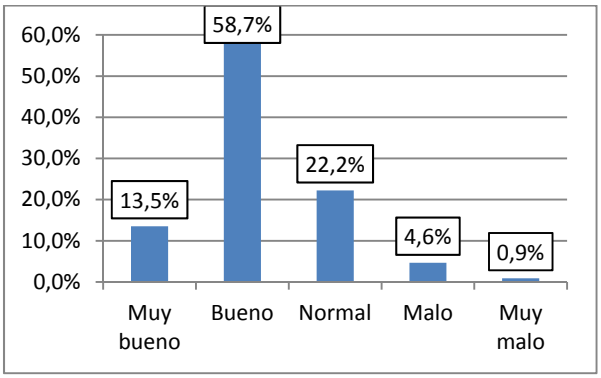
4.5.9 *Limpieza interior y exterior de los vehículos*

Existe una buena apreciación sobre la limpieza de los vehículos, de forma que el 72,2% de los viajeros se encuentran satisfechos. Los insatisfechos con este atributo son el 5,6%. Un 22% lo consideran *Normal.*

Existe una evolución positiva respecto de 2008, aumentando un 8,5% las calificaciones de *Muy buena* o *Buena,* permaneciendo prácticamente inalteradas la de *Muy mala* o *Mala.*

Figura 16 Limpieza interior y exterior de los vehículos

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	2.040	*13,5%*
Bueno	8.863	*58,7%*
Normal	3.356	*22,2%*
Malo	701	*4,6%*
Muy malo	137	*0,9%*
Subtotal	**15.097**	***100,0%***
Ns/Nc	34	
Total	**15.131**	



4.5.10 *Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares…)*

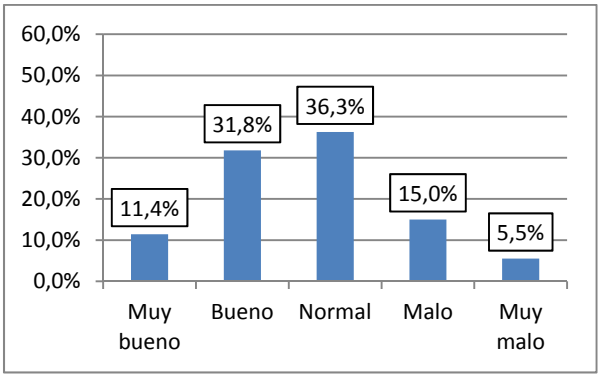
La atención al cliente mediante la incorporación de bebidas, prensa o auriculares durante el viaje es uno de los aspectos con peor valoración del servicio. Así el 20,5% la califican de *Muy mala* o *Mala,* un 36% piensan que se encuentra dentro de la normalidad y un 43,2% la califican de *Muy buena* o *Buena.*

Con respecto a 2008 se produce un ligero aumento de la satisfacción con un 2,1% de viajeros que pasan de insatisfechos a satisfechos.

En la Fase III se analizará este componente del servicio por contratos, de forma que se compare lo ofrecido en el contrato con la Administración y lo realmente ofrecido o percibido por el viajero.

Figura 17 Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares…)

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.070	*11,4%*
Bueno	2.976	*31,8%*
Normal	3.394	*36,3%*
Malo	1.405	*15,0%*
Muy malo	515	*5,5%*
Subtotal	**9.360**	***100,0%***
Ns/Nc	5.771	
Total	**15.131**	



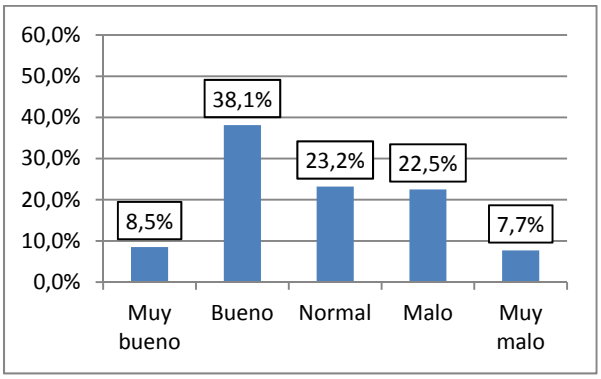
4.5.11 *Suficiencia de horarios*

La Suficiencia de horarios tiene una percepción de calidad más baja que la mayoría de atributos, el 30% se encuentra insatisfecho con ellos. Un 23% los considera dentro de la normalidad. El 46,6% se encuentra satisfecho.

En relación a 2008 se produce un notable decremento de la valoración de este atributo, aumentando algo más del 10% los insatisfechos mientras que se mantiene el nivel de viajeros satisfechos. Lo cual hace que ese 10% haya pasado de considerarlos normales a insuficientes.

Figura 18 Suficiencia de horarios

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.266	*8,5%*
Bueno	5.684	*38,1%*
Normal	3.459	*23,2%*
Malo	3.352	*22,5%*
Muy malo	1.145	*7,7%*
Subtotal	**14.906**	***100,0%***
Ns/Nc	225	
Total	**15.131**	



4.5.12 *Correspondencia con otras líneas y modos de transporte*

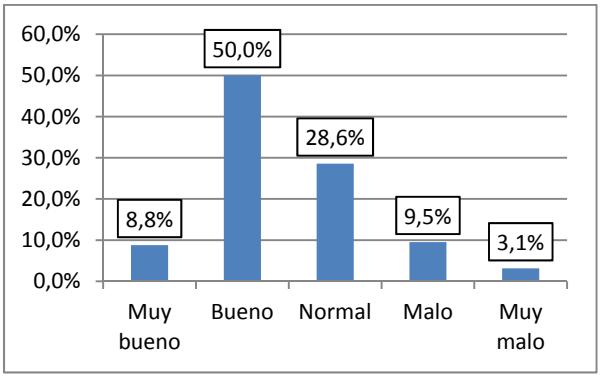
La correspondencia con otras líneas y modos de transporte está lógicamente ligada a la existencia de otras líneas y modos, por lo que la apreciación es bien diferente según se trate de pequeñas poblaciones o grandes urbes. Existe un alto porcentaje de viajeros que no contestan a esta pregunta, 16%.

De los que sí califican este aspecto un 59% se encuentra satisfecho, un 29% lo considera Normal y el 12% restante insatisfecho.

Se produce, sin embargo, un aumento del nivel de satisfacción respecto de 2008, con un 10% más de satisfechos y un 1% menos de insatisfechos.

Figura 19 Correspondencia con otras líneas y modos de transporte

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.113	*8,8%*
Bueno	6.349	*50,0%*
Normal	3.624	*28,6%*
Malo	1.207	*9,5%*
Muy malo	397	*3,1%*
Subtotal	**12.690**	***100,0%***
Ns/Nc	2.441	
Total	**15.131**	



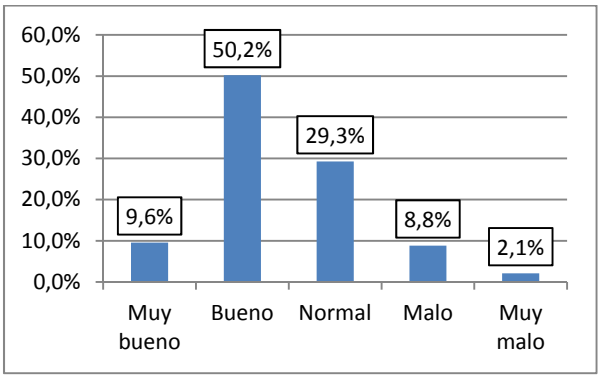
4.5.13 *Idoneidad de las paradas*

La Idoneidad de las paradas es un atributo bien valorado, un 60% se encuentra satisfecho, un -29% lo considera dentro de la normalidad y el 11% restante lo califica de *Muy malo* o *Malo.*

En relación a 2008, se produce un notable aumento de la satisfacción con la ubicación de las paradas que se traduce en un 12,6% más de viajeros con calificaciones de *Muy buena* o *Buena* y una disminución del 2,2% de *Muy mala* o *Mala.*

Figura 20 Idoneidad de las paradas

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.396	*9,6%*
Bueno	7.321	*50,2%*
Normal	4.270	*29,3%*
Malo	1.289	*8,8%*
Muy malo	308	*2,1%*
Subtotal	**14.584**	***100,0%***
Ns/Nc	547	
Total	**15.131**	



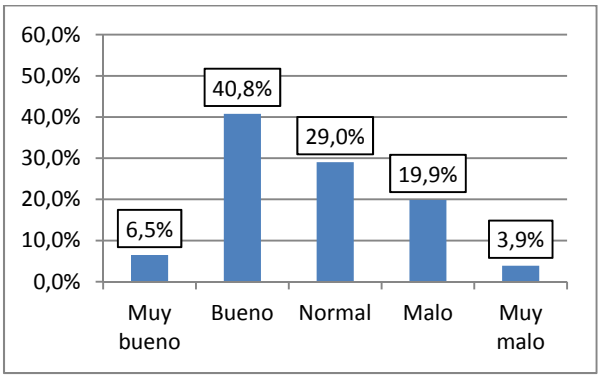
4.5.14 *Relación calidad/precio*

La relación calidad/precio es siempre uno de los atributos peor valorados en los estudios de calidad percibida. No obstante un 29% lo considera *Normal* y el 47,2% se encuentra satisfecho. El porcentaje de viajeros insatisfechos con el precio supone casi el 24%.

Se produce una polarización en las percepciones de los viajeros respecto a 2008, pasando un 8% de valoraciones Normal casi a partes iguales a satisfechos y a insatisfechos.

Figura 21 Relación calidad/precio

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	973	*6,5%*
Bueno	6.118	*40,8%*
Normal	4.357	*29,0%*
Malo	2.980	*19,9%*
Muy malo	581	*3,9%*
Subtotal	**15.009**	***100,0%***
Ns/Nc	122	
Total	**15.131**	



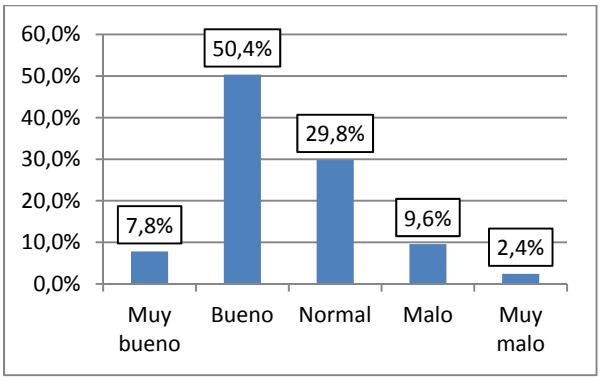
4.5.15 Seguridad y control de equipajes

Un 12% de los viajeros no contesta a esta pregunta, debido a que en los viajes más cortos no es habitual portar equipaje. Sin embargo este atributo ha sido siempre una preocupación para los viajeros dado que una vez se encuentran en el interior del autobús se pierde de vista el equipaje y es difícil controlarlo en las paradas intermedias.

En los últimos años se han implementado medidas para que el viajero pueda tener mayor control sobre sus pertenencias, ello se refleja claramente en este estudio en donde los viajeros satisfechos aumentan el 13% respecto de la medición de 2008, situándose en el 58%. Los viajeros que otorgan la calificación de *Normal* suponen el 30%, siendo los insatisfechos el 12%.

Figura 22 Seguridad y control de equipajes

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.044	*7,8%*
Bueno	6.722	*50,4%*
Normal	3.978	*29,8%*
Malo	1.278	*9,6%*
Muy malo	324	*2,4%*
Subtotal	**13.346**	***100,0%***
Ns/Nc	1.785	
Total	**15.131**	



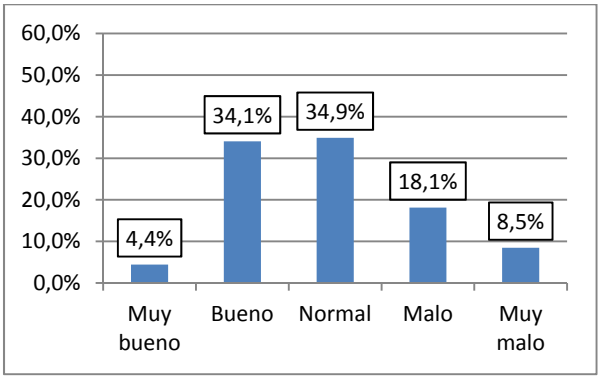
4.5.16 Información de los derechos del viajero

Un 26,6% de los viajeros se considera insatisfecho con la información ofrecida sobre sus derechos, si a ello se suma la mayor parte del 35% que no sabe o no contesta a esta pregunta porque presumiblemente no conocen que exista una carta de derechos, revela que el 52% no accede a dicha información.

Con respecto a 2008 se observa un aumento en la satisfacción con un 4,2% más de viajeros satisfechos y un 1,4% menos de viajeros insatisfechos.

Figura 23 Información de los derechos del viajero

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	434	*4,4%*
Bueno	3.336	*34,1%*
Normal	3.421	*34,9%*
Malo	1.776	*18,1%*
Muy malo	830	*8,5%*
Subtotal	**9.797**	***100,0%***
Ns/Nc	5.334	
Total	**15.131**	



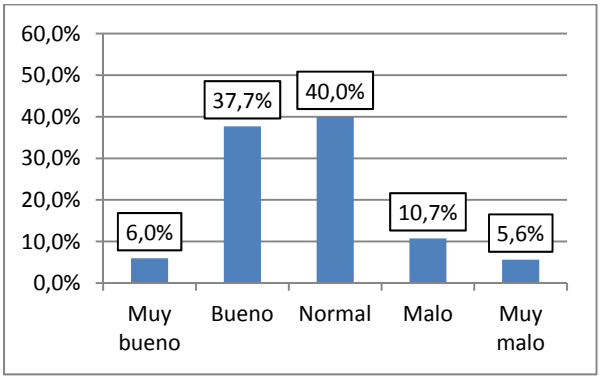
4.5.17 Disponibilidad de hojas de reclamaciones

El desconocimiento de los usuarios acerca de la disponibilidad de las hojas de reclamaciones es patente dado el elevado contingente de viajeros que no contestan a esta pregunta. Aunque también hay que tener en cuenta que los viajeros que nunca se han planteado poner una reclamación no tengan opinión alguna sobre la disponibilidad de este medio de reclamación.

De la otra mitad de viajeros que sí otorgan valoración, el 40% considera que esta disponibilidad es *Normal,* el 43,7% *Muy buena o Buena* y el 16,4% *Muy mala o Mala*. En relación a 2008 se produce un aumento notable de los que no contestan, 12% más, así como un ligero aumento de los satisfechos, 3,4% más y una disminución de los insatisfechos, 2,5% menos.

Figura 24 Disponibilidad de hojas de reclamaciones

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	450	*6,0%*
Bueno	2.843	*37,7%*
Normal	3.015	*40,0%*
Malo	810	*10,7%*
Muy malo	425	*5,6%*
Subtotal	**7.543**	***100,0%***
Ns/Nc	7.588	
Total	**15.131**	

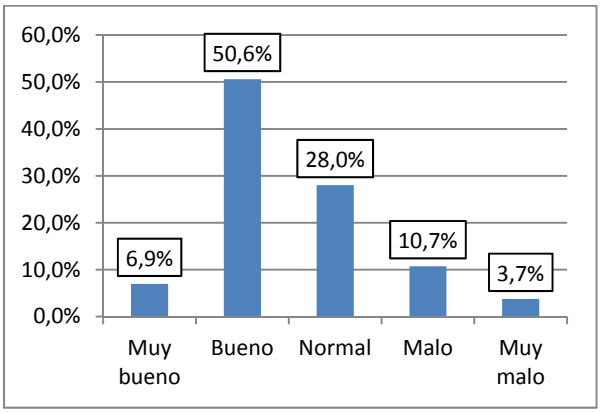


4.5.18 Información y señalización del servicio en la estación

Este atributo analizado globalmente encierra una gran variabilidad dada la diversidad de estaciones a las que se refiere, así como el conocimiento que de la estación tienen los viajeros frecuentes frente a los ocasionales. Hecha esta salvedad, el 57,6% de los encuestados califican este componente del servicio de *Muy buena o Buena* frente al 14,4% que consideran que es *Muy mala o Mala.* Respecto a 2008 se produce una mejora de la calidad, con un 8,6% más de viajeros satisfechos y un 1,7% menos de insatisfechos.

Figura 25 Información y señalización del servicio en la estación

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.006	*6,9%*
Bueno	7.330	*50,6%*
Normal	4.055	*28,0%*
Malo	1.550	*10,7%*
Muy malo	542	*3,7%*
Subtotal	**14.483**	***100,0%***
Ns/Nc	648	
Total	**15.131**	



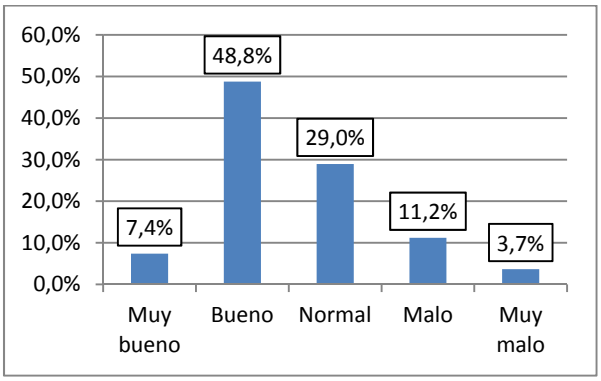
4.5.19 Estado de conservación y limpieza de la estación de origen

Los resultados globales apuntan a que el 15% considera que la estación de origen no está en buen estado de conservación y limpieza, el 29% lo considera dentro de la normalidad y el 56% piensa que es *Muy buena o Buena.*

En comparación con 2008 se produce un aumento en las calificaciones, siendo un 9% más los viajeros satisfechos y un 3,5% menos los insatisfechos.

Figura 26 Estado de conservación y limpieza de la estación de origen

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.096	*7,4%*
Bueno	7.226	*48,8%*
Normal	4.289	*29,0%*
Malo	1.657	*11,2%*
Muy malo	543	*3,7%*
Subtotal	**14.811**	***100,0%***
Ns/Nc	320	
Total	**15.131**	



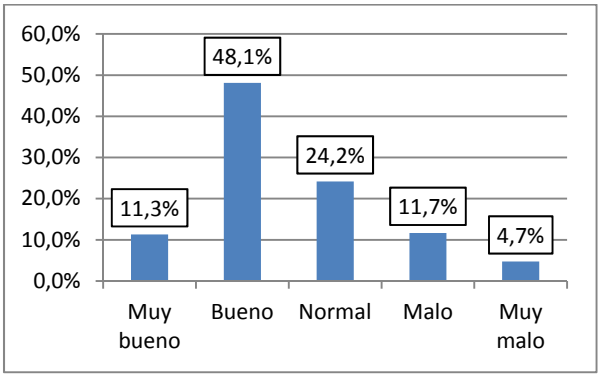
4.5.20 Servicio de Internet (información, reserva y venta)

La información, reserva y venta a través de Internet no es adecuada para el 16,4% de los viajeros, el 24% opinan que es *Normal,* y el 59,4% califican este servicio de *Muy bueno o Bueno.*

Con respecto a 2008 únicamente existe un 6,3% más de viajeros satisfechos a pesar de la gran evolución de la tecnología y el aumento del acceso a Internet ocurrido en este intervalo de tiempo.

Figura 27 Servicio de Internet (información, reserva y venta)

Valoración	Encuestas	%
Muy bueno	1.120	*11,3%*
Bueno	4.759	*48,1%*
Normal	2.390	*24,2%*
Malo	1.155	*11,7%*
Muy malo	467	*4,7%*
Subtotal	**9.891**	***100,0%***
Ns/Nc	5.240	
Total	**15.131**	



4.5.21 Comodidad en la subida y bajada del autobús

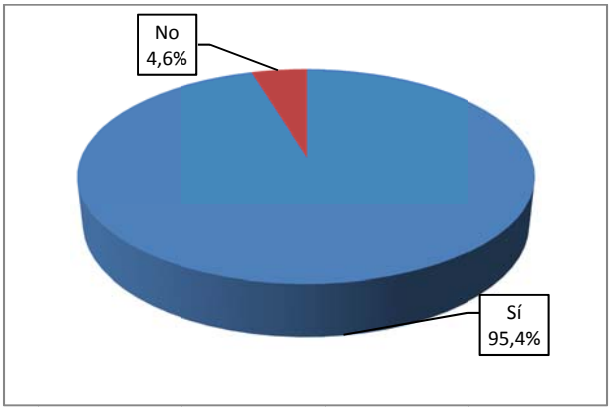
Este atributo se introduce por primera vez en el estudio, se preguntó a los viajeros ¿Ha subido y bajado con comodidad del autobús? A diferencia del resto no se ha medido con una escala de valoración adjetivada. Las respuestas posibles son un Sí o un No.

Como se aprecia en la tabla y gráfico el 95,4% afirma que sí ha subido y bajado con comodidad, frente al 4,6% que manifiesta no haberlo hecho.

En una fase posterior será de interés analizar a los viajeros insatisfechos por alguna de sus características, especialmente la edad.

Figura 28 Comodidad en la subida y bajada del autobús

Accesibilidad	Encuestas	%
Sí	14.350	*95,4%*
No	693	*4,6%*
Subtotal	**15.043**	***100,0%***
Ns/Nc	88	
Total	**15.131**	



4.6 Importancia asignada a los atributos de calidad

Después de la valoración de los veintiún atributos de calidad definidos en el estudio, se pidió a los encuestados que señalaran cuáles pensaban que eran los tres más importantes y los tres menos importantes. La redacción de la pregunta del cuestionario es: "En el momento de realizar un viaje ¿a qué aspectos, de los que ha calificado anteriormente, otorga mayor/menor importancia? En primer lugar, en segundo lugar y en tercer lugar".

La importancia declarada por cada usuario, permitirá definir posteriormente, mediante un modelo matemático de ponderaciones, el índice de calidad esperada. De esta forma se obtendrá para cada aspecto del servicio la calidad esperada y la calidad percibida, así como la evolución en el tiempo.

4.6.1 Atributos de calidad más importantes

En la Tabla 7 se pueden observar el número de menciones que ha recibido cada atributo en función del orden de importancia asignado por los viajeros.

Por tratarse de una pregunta de respuesta abierta, los usuarios han contemplado otras categorías no contempladas en el sistema de índices de calidad, aunque ninguna de ellas tiene un número significativo de menciones. Estos aspectos son: *duración del trayecto/rapidez*, *permitir viajar con animales* y *disponibilidad de baño en el autobús*.

Existen también usuarios que declararon que todos los atributos expuestos eran importantes o que daban la misma importancia a cada uno de ellos.

De la siguiente tabla, cabe destacar que tanto la puntualidad de salida como de llegada son considerados los más importantes con el 40,7% de las respuestas totales. Además, se menciona reiteradamente *el confort y la comodidad del autobús y* la *seguridad durante el viaje* (23,9% de las respuestas).

Tabla 7. Atributos de mayor importancia

	Respuestas				%			
Atributo más importante	1er lugar	2º lugar	3er lugar	Total mencio-nes	1er lugar	2º lugar	3er lugar	Total mencio-nes
Puntualidad de salida	5.785	1.512	709	**8.006**	*38,5%*	*12,0%*	*7,4%*	***21,5%***
Puntualidad de llegada	1.810	4.306	1.025	**7.141**	*12,0%*	*34,3%*	*10,7%*	***19,2%***
Confort y comodidad del autobús	1.764	1.495	1.347	**4.606**	*11,7%*	*11,9%*	*14,1%*	***12,4%***
Sensación de seguridad durante el viaje	1.971	1.161	1.161	**4.293**	*13,1%*	*9,2%*	*12,1%*	***11,5%***
Suficiencia de horarios	1.106	889	1.029	**3.024**	*7,4%*	*7,1%*	*10,7%*	***8,1%***
Relación Calidad/Precio	830	706	1.177	**2.713**	*5,5%*	*5,6%*	*12,3%*	***7,3%***
Calidad de los vehículos	292	466	500	**1.258**	*1,9%*	*3,7%*	*5,2%*	***3,4%***
Amabilidad y corrección del personal	275	385	518	**1.178**	*1,8%*	*3,1%*	*5,4%*	***3,2%***

	Respuestas				%			
Atributo más importante	**1er lugar**	**2º lugar**	**3er lugar**	**Total mencio-nes**	**1er lugar**	**2º lugar**	**3er lugar**	**Total mencio-nes**
Limpieza interior y exterior del autobús	183	334	444	**961**	*1,2%*	*2,7%*	*4,6%*	***2,6%***
Temperatura interior	205	312	317	**834**	*1,4%*	*2,5%*	*3,3%*	***2,2%***
Seguridad y control de equipajes	218	239	343	**800**	*1,4%*	*1,9%*	*3,6%*	***2,2%***
Información y venta de billetes	149	239	220	**608**	*1,0%*	*1,9%*	*2,3%*	***1,6%***
Servicio de Internet	115	116	187	**418**	*0,8%*	*0,9%*	*2,0%*	***1,1%***
Idoneidad de las paradas	120	129	163	**412**	*0,8%*	*1,0%*	*1,7%*	***1,1%***
Correspondencia con otras líneas y modos de transporte	88	125	167	**380**	*0,6%*	*1,0%*	*1,7%*	***1,0%***
Atenciones: bebidas, prensa, auriculares, etc.	38	46	52	**136**	*0,3%*	*0,4%*	*0,5%*	***0,4%***
Conservación y limpieza de la estación de origen	28	22	65	**115**	*0,2%*	*0,2%*	*0,7%*	***0,3%***
Información derechos del viajero	10	24	49	**83**	*0,1%*	*0,2%*	*0,5%*	***0,2%***
Información y señalización en estación de origen	16	31	34	**81**	*0,1%*	*0,2%*	*0,4%*	***0,2%***
Duración trayecto/Rapidez	20	9	20	**49**	*0,1%*	*0,1%*	*0,2%*	***0,1%***
Disponibilidad de hojas de reclamaciones	4	11	25	**40**	*0,0%*	*0,1%*	*0,3%*	***0,1%***
Disponibilidad de baño en el autobús	12	10	12	**34**	*0,1%*	*0,1%*	*0,1%*	***0,1%***
Permitir viajar con animales	5	4	12	**21**	*0,0%*	*0,0%*	*0,1%*	***0,1%***
Subtotal	**15.044**	**12.571**	**9.576**	**37.191**	***99,4%***	***83,1%***	***63,3%***	
Todo en general	41			41	*0,3%*			
Ns/Nc	46	2.560	5.555	8.161	*0,3%*	*16,9%*	*36,7%*	
Total	**15.131**	**15.131**	**15.131**	**45.393**	***100,0%***	***100,0%***	***100,0%***	

4.6.2 *Atributos de calidad menos importantes*

Entre los atributos considerados de menor importancia, cabe reseñar que la *atención al viajero: bebidas, prensa, auriculares, etc.* y el *servicio de internet* agrupan el 44,7% de las respuestas, como se observa en la Tabla 8. Esta situación refleja un paralelismo con lo sucedido en 2008, ya que estos mismos aspectos fueron considerados los menos importantes.

Tabla 8. Atributos de menor importancia

	Respuestas				%			
Atributo menos importante	**1er lugar**	**2º lugar**	**3er lugar**	**Total mencio-nes**	**1er lugar**	**2º lugar**	**3er lugar**	**Total mencio-nes**
Atenciones: bebidas, prensa, auriculares, etc.	5.163	874	336	**6.373**	*35,4%*	*16,2%*	*10,1%*	***29,0%***
Servicio de Internet	1.865	892	699	**3.456**	*12,8%*	*16,6%*	*21,0%*	***15,7%***
Información derechos del viajero	792	638	341	**1.771**	*5,4%*	*11,8%*	*10,2%*	***8,1%***
Disponibilidad de hojas de reclamaciones	404	523	409	**1.336**	*2,8%*	*9,7%*	*12,3%*	***6,1%***
Idoneidad de las paradas	677	406	190	**1.273**	*4,6%*	*7,5%*	*5,7%*	***5,8%***
Correspondencia con otras líneas y modos de transporte	659	306	155	**1.120**	*4,5%*	*5,7%*	*4,7%*	***5,1%***
Temperatura interior	738	184	150	**1.072**	*5,1%*	*3,4%*	*4,5%*	***4,9%***
Conservación y limpieza de la estación de origen	297	291	292	**880**	*2,0%*	*5,4%*	*8,8%*	***4,0%***
Amabilidad y corrección del personal	521	154	58	**733**	*3,6%*	*2,9%*	*1,7%*	***3,3%***
Seguridad y control de equipajes	407	187	90	**684**	*2,8%*	*3,5%*	*2,7%*	***3,1%***
Información y señalización en estación de origen	162	208	255	**625**	*1,1%*	*3,9%*	*7,7%*	***2,8%***
Limpieza interior y exterior del autobús	344	168	53	**565**	*2,4%*	*3,1%*	*1,6%*	***2,6%***
Información y venta de billetes	291	122	65	**478**	*2,0%*	*2,3%*	*2,0%*	***2,2%***
Suficiencia de horarios	194	110	49	**353**	*1,3%*	*2,0%*	*1,5%*	***1,6%***
Calidad de los vehículos	153	105	63	**321**	*1,0%*	*1,9%*	*1,9%*	***1,5%***
Relación Calidad/Precio	122	81	53	**256**	*0,8%*	*1,5%*	*1,6%*	***1,2%***
Puntualidad de llegada	158	63	20	**241**	*1,1%*	*1,2%*	*0,6%*	***1,1%***
Confort y comodidad del autobús	134	33	19	**186**	*0,9%*	*0,6%*	*0,6%*	***0,8%***
Puntualidad de salida	114	26	12	**152**	*0,8%*	*0,5%*	*0,4%*	***0,7%***
Sensación de seguridad durante el viaje	65	18	20	**103**	*0,4%*	*0,3%*	*0,6%*	***0,5%***
Subtotal	**13.260**	**5.389**	**3.329**	**21.978**	***87,6%***	***35,6%***	***22,0%***	
Ns/Nc	1.871	9.742	11.802	23.415	*12,4%*	*64,4%*	*78,0%*	
Total	**15.131**	**15.131**	**15.131**	**45.393**	***100,0%***	***100,0%***	***100,0%***	

Es también destacable la cantidad de viajeros que no contestan o que señalan que ningún atributo tiene menor importancia respecto el resto (1.871 respuestas).

El 87,6% de los viajeros mencionan al menos un aspecto como menos importante, pero hay una tendencia a no quitar importancia a ningún aspecto. De tal forma que únicamente el 36% citan dos aspectos y el 22% tres de ellos.

4.7 Percepción de cambios

Los cambios percibidos por los usuarios permiten observar la evolución de la satisfacción de los atributos de calidad definidos y analizándolos con estudios anteriores se pueden detectar las variaciones que hayan podido surgir a lo largo del tiempo.

En el orden de preguntas del cuestionario, antes de que el viajero contestara a las preguntas de valoración y de importancia, se le pedía al viajero que citara los cambios observados en los últimos años, "¿Qué ha mejorado?" y "¿Qué ha empeorado?". Esta cuestión se ha adaptado particularmente a un periodo temporal más amplio, en relación con estudios anteriores, donde la pregunta se ceñía al periodo comprendido en los dos años anteriores.

4.7.1 Atributos de calidad que han mejorado

En general, destaca un amplio grupo de usuarios que en los últimos años aprecian que nada ha cambiado, sin señalar ningún aspecto en particular.

Tabla 9. Atributos que han mejorado

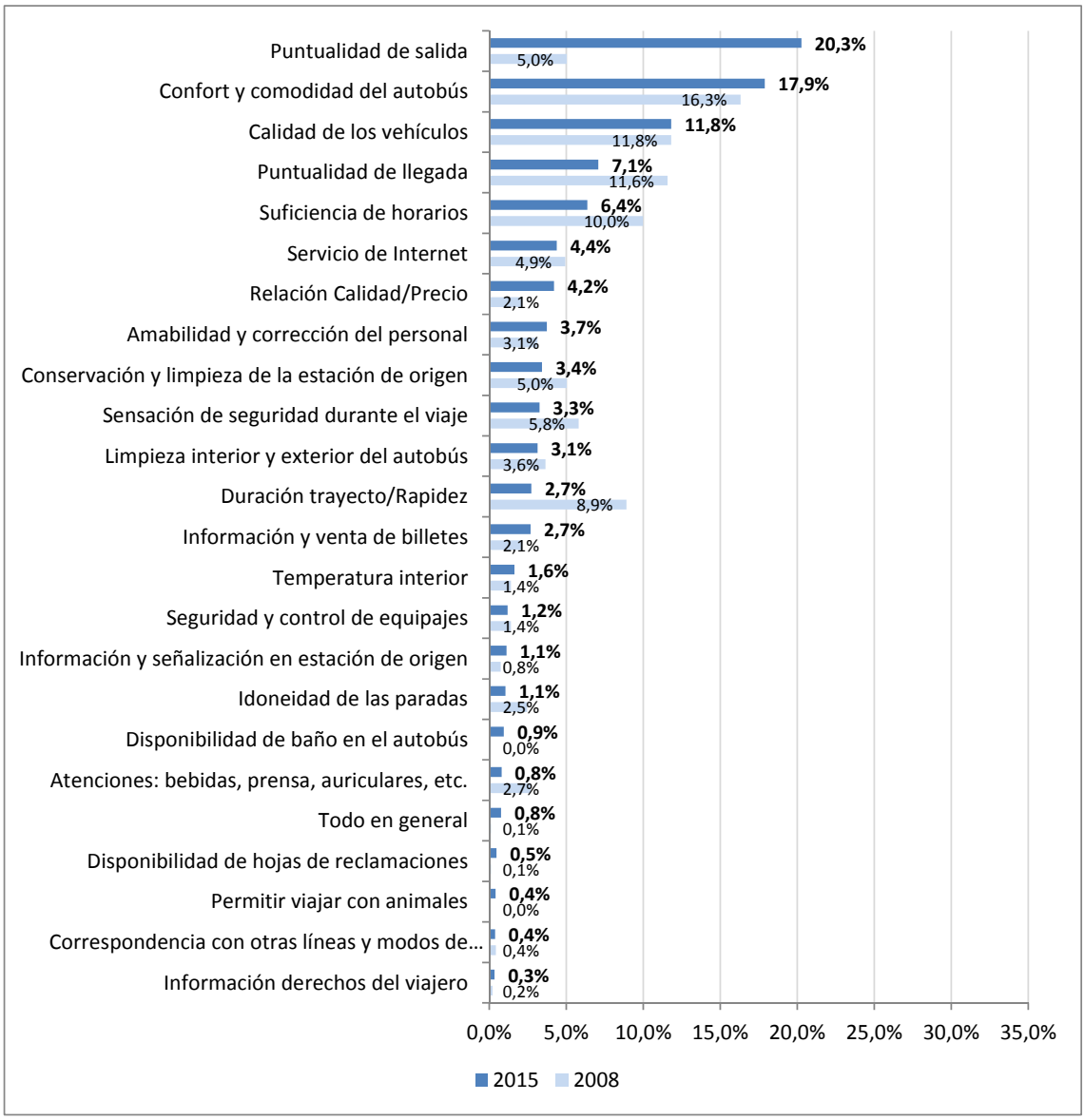
Atributos que han mejorado	Encuestas	% (*)
Puntualidad de salida	1.968	*20,3%*
Confort y comodidad del autobús	1.737	*17,9%*
Calidad de los vehículos	1.147	*11,8%*
Puntualidad de llegada	687	*7,1%*
Suficiencia de horarios	618	*6,4%*
Servicio de Internet	425	*4,4%*
Relación Calidad/Precio	408	*4,2%*
Amabilidad y corrección del personal	363	*3,7%*
Conservación y limpieza de la estación de origen	333	*3,4%*
Sensación de seguridad durante el viaje	317	*3,3%*
Limpieza interior y exterior del autobús	304	*3,1%*
Duración trayecto/Rapidez	265	*2,7%*
Información y venta de billetes	260	*2,7%*
Temperatura interior	158	*1,6%*
Seguridad y control de equipajes	116	*1,2%*
Información y señalización en estación de origen	108	*1,1%*
Idoneidad de las paradas	102	*1,1%*
Disponibilidad de baño en el autobús	91	*0,9%*
Atenciones: bebidas, prensa, auriculares, etc.	77	*0,8%*
Todo en general	74	*0,8%*
Disponibilidad de hojas de reclamaciones	45	*0,5%*
Permitir viajar con animales	40	*0,4%*
Correspondencia con otras líneas y modos de transporte	36	*0,4%*
Información derechos del viajero	33	*0,3%*
Subtotal	**9.712**	***64,2%***
Nada	3.738	*24,7%*
Ns/Nc	1.681	*11,1%*
Total	**15.131**	***100,0%***

(*) Los porcentajes de los atributos están calculados sobre el subtotal.

Entre los principales aspectos que los usuarios han percibido un cambio a mejor, cabe señalar la *puntualidad de salida* y el *confort y comodidad del autobús*, cualidad esta última que se puede ligar directamente a la mejora de la *calidad de los vehículos*, atributo que también se considera con una evolución positiva. Agrupando estos tres aspectos se obtiene el 50% de las respuestas.

En la siguiente figura se puede visualizar los atributos que los viajeros consideran que han mejorado, según su importancia decreciente y una comparativa con los resultados obtenidos en el anterior estudio.

Figura 29. Comparación de atributos de calidad que han mejorado (2015/2008)



Entre los atributos que se considera que han mejorado, con mayor número de respuestas que en 2008, se encuentran principalmente la *puntualidad de salida* con un 15% más de menciones.

Por el contrario, otros aspectos descienden en el monto total de menciones, la *duración del trayecto*,-6,2% la *puntualidad de llegada* -4,5% y la *suficiencia de horarios* -3,6%.

4.7.2 Atributos de calidad que han empeorado

Al igual que sucede con la percepción de cambios a mejor, un grupo amplio de usuarios (26,9%) señalan que ningún aspecto en particular y nada en general ha empeorado durante los últimos años en el servicio prestado.

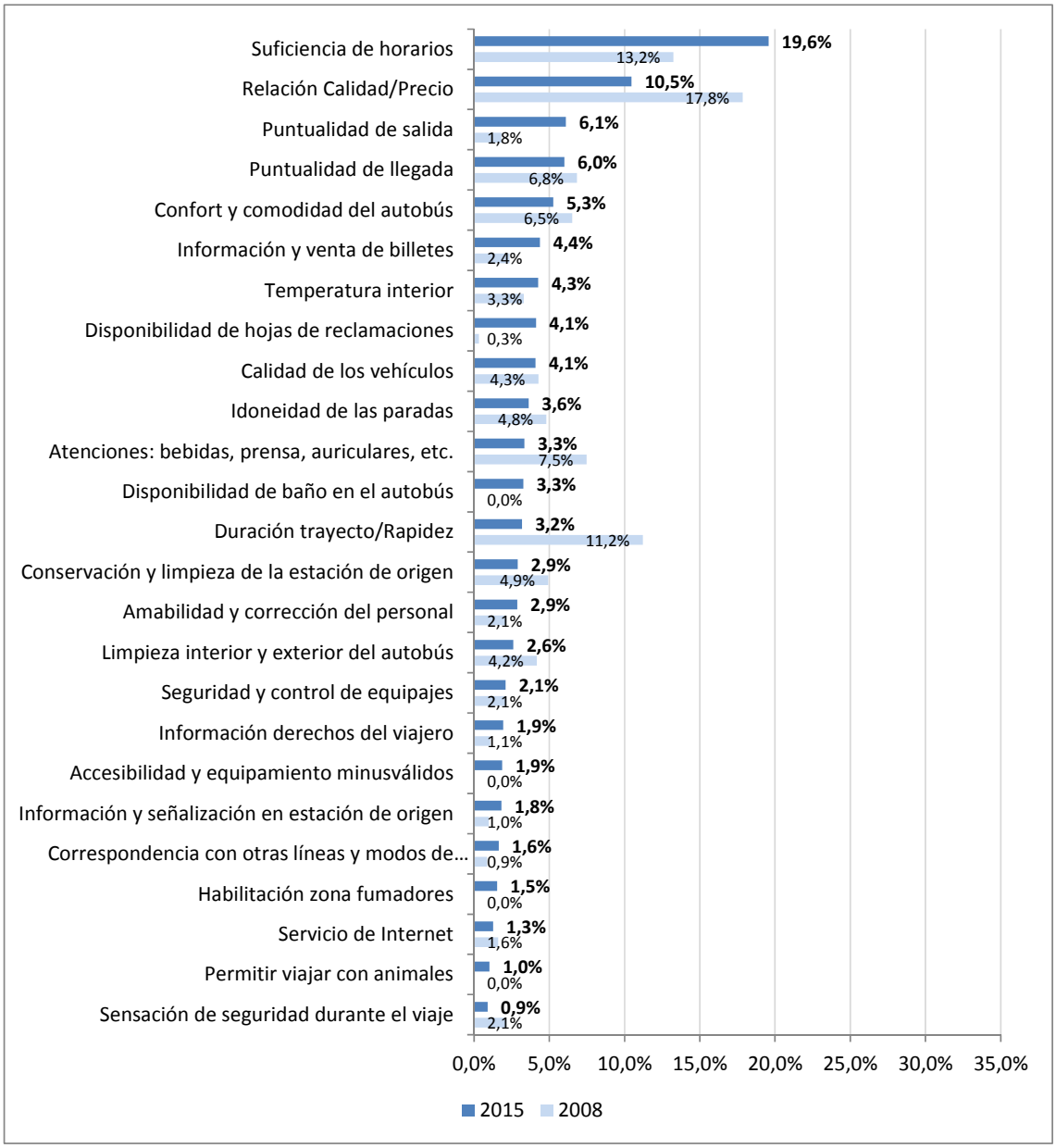
De entre los atributos que los viajeros perciben que han empeorado, *la suficiencia de horarios* y la *relación calidad/precio* agrupan el 30% de las respuestas.

Tabla 10. Atributos que han empeorado

Atributos que han empeorado	Encuestas	% (*)
Suficiencia de horarios	1.782	*19,6%*
Relación Calidad/Precio	952	*10,5%*
Puntualidad de salida	556	*6,1%*
Puntualidad de llegada	545	*6,0%*
Confort y comodidad del autobús	478	*5,3%*
Información y venta de billetes	398	*4,4%*
Temperatura interior	388	*4,3%*
Disponibilidad de hojas de reclamaciones	375	*4,1%*
Calidad de los vehículos	371	*4,1%*
Idoneidad de las paradas	329	*3,6%*
Atenciones: bebidas, prensa, auriculares, etc.	304	*3,3%*
Disponibilidad de baño en el autobús	297	*3,3%*
Duración trayecto/Rapidez	289	*3,2%*
Conservación y limpieza de la estación de origen	264	*2,9%*
Amabilidad y corrección del personal	261	*2,9%*
Limpieza interior y exterior del autobús	237	*2,6%*
Seguridad y control de equipajes	191	*2,1%*
Información derechos del viajero	176	*1,9%*
Accesibilidad y equipamiento minusválidos	169	*1,9%*
Información y señalización en estación de origen	165	*1,8%*
Correspondencia con otras líneas y modos de transporte	148	*1,6%*
Habilitación zona fumadores	139	*1,5%*
Servicio de Internet	115	*1,3%*
Permitir viajar con animales	93	*1,0%*
Sensación de seguridad durante el viaje	81	*0,9%*
Subtotal	**9.103**	***60,2%***
Todo en general	49	*0,3%*
Nada	4.024	*26,6%*
Ns/Nc	1.955	*12,9%*
Total	**15.131**	***100,0%***

(*) Los porcentajes de los atributos están calculados sobre el subtotal.

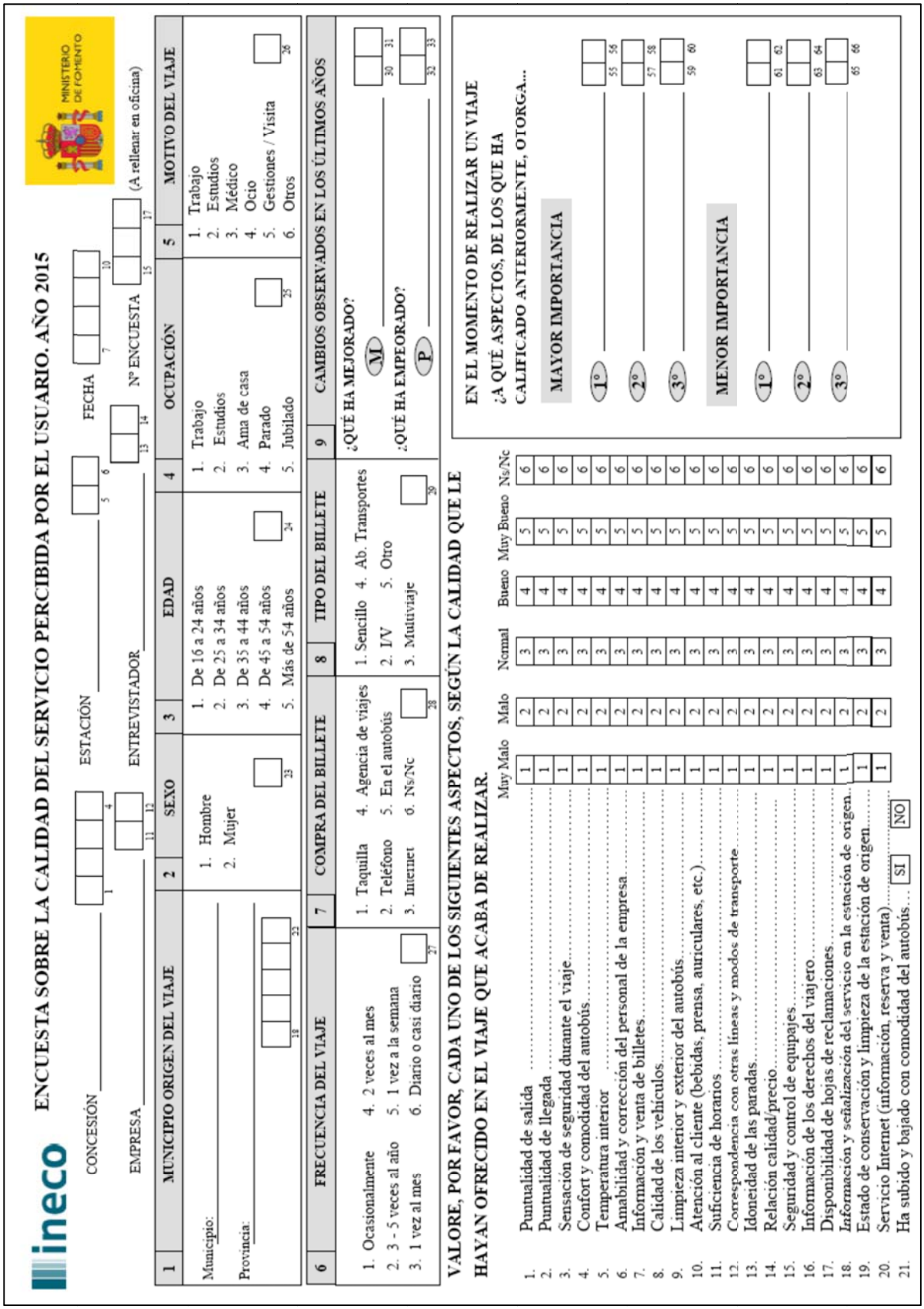
Figura 30. Comparación de atributos de calidad que han empeorado (2015/2008)



Entre los atributos que se considera que han empeorado, con mayor número de respuestas que en 2008 se encuentran la *suficiencia de horarios*, la *puntualidad de salida*, la *disponibilidad de hojas de reclamaciones* y la *disponibilidad de baño en el autobús.*

Por el contrario, otros aspectos que descienden en el monto total de menciones son la *duración del viaje,* las *atenciones: bebidas, prensa, auriculares, etc.* y la *relación calidad/precio*, este último atributo, siempre objeto de reivindicaciones, desciende 7,4 puntos en los aspectos que han empeorado.

ANEJO I: CUESTIONARIO A USUARIOS



ineco

ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR EL USUARIO. AÑO 2015

MINISTERIO DE FOMENTO

CONCESIÓN _____ (1–4) ESTACIÓN _____ (5–6) FECHA _____ (7–10)

EMPRESA _____ (11–12) ENTREVISTADOR _____ (13–14) Nº ENCUESTA _____ (15–17) (A rellenar en oficina)

1 MUNICIPIO ORIGEN DEL VIAJE

Municipio: _____

Provincia: _____ (18–22)

2 SEXO

1. Hombre
2. Mujer

(23)

3 EDAD

1. De 16 a 24 años
2. De 25 a 34 años
3. De 35 a 44 años
4. De 45 a 54 años
5. Más de 54 años

(24)

4 OCUPACIÓN

1. Trabajo
2. Estudios
3. Ama de casa
4. Parado
5. Jubilado

(25)

5 MOTIVO DEL VIAJE

1. Trabajo
2. Estudios
3. Médico
4. Ocio
5. Gestiones / Visita
6. Otros

(26)

6 FRECUENCIA DEL VIAJE

1. Ocasionalmente
2. 3 - 5 veces al año
3. 1 vez al mes
4. 2 veces al mes
5. 1 vez a la semana
6. Diario o casi diario

(27)

7 COMPRA DEL BILLETE

1. Taquilla
2. Teléfono
3. Internet
4. Agencia de viajes
5. En el autobús
6. Ns/Nc

(28)

8 TIPO DEL BILLETE

1. Sencillo
2. I/V
3. Multiviaje
4. Ab. Transportes
5. Otro

(29)

9 CAMBIOS OBSERVADOS EN LOS ÚLTIMOS AÑOS

¿QUÉ HA MEJORADO?

M _____ (30–31)

¿QUÉ HA EMPEORADO?

P _____ (32–33)

VALORE, POR FAVOR, CADA UNO DE LOS SIGUIENTES ASPECTOS, SEGÚN LA CALIDAD QUE LE HAYAN OFRECIDO EN EL VIAJE QUE ACABA DE REALIZAR.

		Muy Malo	Malo	Normal	Bueno	Muy Bueno	Ns/Nc
1.	Puntualidad de salida	1	2	3	4	5	6
2.	Puntualidad de llegada	1	2	3	4	5	6
3.	Sensación de seguridad durante el viaje	1	2	3	4	5	6
4.	Confort y comodidad del autobús	1	2	3	4	5	6
5.	Temperatura interior	1	2	3	4	5	6
6.	Amabilidad y corrección del personal de la empresa	1	2	3	4	5	6
7.	Información y venta de billetes	1	2	3	4	5	6
8.	Calidad de los vehículos	1	2	3	4	5	6
9.	Limpieza interior y exterior del autobús	1	2	3	4	5	6
10.	Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares, etc.)	1	2	3	4	5	6
11.	Suficiencia de horarios	1	2	3	4	5	6
12.	Correspondencia con otras líneas y modos de transporte	1	2	3	4	5	6
13.	Idoneidad de las paradas	1	2	3	4	5	6
14.	Relación calidad/precio	1	2	3	4	5	6
15.	Seguridad y control de equipajes	1	2	3	4	5	6
16.	Información de los derechos del viajero	1	2	3	4	5	6
17.	Disponibilidad de hojas de reclamaciones	1	2	3	4	5	6
18.	Información y señalización del servicio en la estación de origen	1	2	3	4	5	6
19.	Estado de conservación y limpieza de la estación de origen	1	2	3	4	5	6
20.	Servicio Internet (información, reserva y venta)	1	2	3	4	5	6
21.	Ha subido y bajado con comodidad del autobús… SI / NO						

EN EL MOMENTO DE REALIZAR UN VIAJE ¿A QUÉ ASPECTOS, DE LOS QUE HA CALIFICADO ANTERIORMENTE, OTORGA…

MAYOR IMPORTANCIA

1º _____ (55–56)

2º _____ (57–58)

3º _____ (59–60)

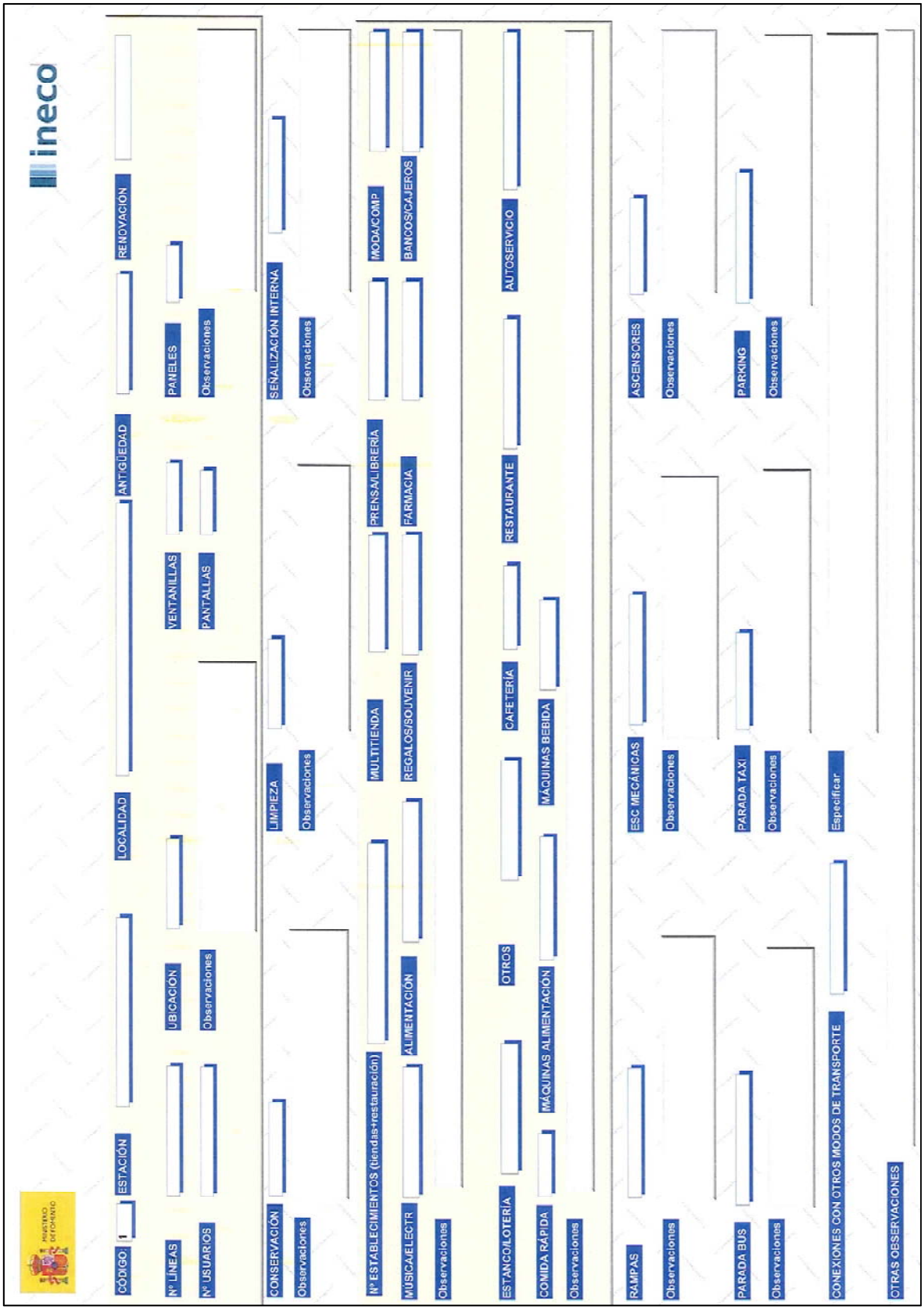
MENOR IMPORTANCIA

1º _____ (61–62)

2º _____ (63–64)

3º _____ (65–66)

ANEJO II: FICHA DE ESTACIÓN



ANEJO III: MANUAL DEL ENCUESTADOR

ENCUESTA SOBRE LA CALIDAD DEL SERVICIO PERCIBIDA POR EL USUARIO DE LÍNEAS REGULARES DE AUTOBÚS.

AÑO 2015

MANUAL DEL ENCUESTADOR

OBJETO DEL TRABAJO

El objetivo de este trabajo radica en establecer un sistema riguroso que permita valorar, cuantitativa y cualitativamente, **la calidad del servicio y el grado de satisfacción** de los usuarios de las líneas de transporte regular de viajeros concesionadas por la Administración General del Estado, en relación con los componentes más relevantes del servicio; dando continuidad, con ello, a experiencias análogas abordadas con anterioridad por la Dirección General de Transporte Terrestre.

Este trabajo consiste en una amplia **investigación por entrevista personal** a una muestra representativa de viajeros de los servicios de transporte interurbano, llevada a cabo en el momento de **finalización de su viaje** o a bordo el vehículo.

La encuesta se realiza en las estaciones de autobuses de largo recorrido. El encuestador dispondrá de un plan de trabajo donde se detalla el horario de trabajo según jornada, además de los horarios de llegada o paso y los códigos de autobuses en la estación de autobús correspondiente.

Antes de iniciar la encuesta es importante **confirmar que ha sido usuario del servicio de autobús que nos proponemos encuestar en ese momento**.

La encuesta se realizará con ayuda de “tablets” en las que se ha instalado una aplicación para guiar su ejecución. Dicha aplicación se encargará, además, de almacenar las respuestas obtenidas (más adelante se explicará su uso).

CONTENIDO DEL CUESTIONARIO

El cuestionario está estructurado en cuatro partes:

1.Información de cabecera.

2.Variables socio-económicas de caracterización del entrevistado.

3.Hábitos de utilización del servicio.

4.Valoraciones perceptivas acerca del servicio ofrecido.

1. ***Información de cabecera***

- CONTRATO: Número de contrato investigado. (VAC)
- ESTACIÓN: Estación donde se lleva a cabo la encuesta.
- ENCUESTADOR: Nombre y número de la persona que realiza la encuesta.

2. ***Variable socio-económicas de caracterización del entrevistado.***

- MUNICIPIO ORIGEN DEL VIAJE: Localidad donde se ha subido al autobús[1].
- SEXO.
- EDAD:
  - De 16 a 24 años
  - De 25 a 34 años
  - De 35 a 44 años
  - De 45 a 54 años
  - Más de 54 años
- OCUPACIÓN:
  - Trabajo
  - Estudios
  - Ama de casa
  - Parado
  - Jubilado

3. ***Utilización del servicio.***

- MOTIVO DE ESTE VIAJE:
  - Trabajo
  - Estudios
  - Médico
  - Ocio
  - Gestiones/Visita
  - Otros (especificar)
- FRECUENCIA DE ESTE VIAJE:
  - Ocasionalmente
  - 3 - 5 veces al año
  - 1 vez al mes
  - 2 veces al mes
  - 1 vez a la semana
  - Diario o casi diario

[1] En MADRID atención en las VAC 020 y VAC 044: confirmar que el municipio de origen de los usuarios está fuera de la Comunidad de Madrid, en caso contrario no se puede realizar la encuesta

- COMPRA DEL BILLETE:
  - Taquilla
  - Teléfono
  - Internet
  - Agencia de viajes
  - En el autobús
  - Ns/Nc
- TIPO DEL BILLETE*:
  - Sencillo
  - I/V
  - Multiviaje (billete con un número limitado de viajes, por ejemplo: Metrobús)
  - Abono transportes (viajes ilimitados en un tiempo limitado, por ejemplo: abono mensual)
  - Otro (especificar)

***** Dentro de los tipos de billete no entran los descuentos, tendremos en cuenta solo el tipo de billete y no los descuentos de Familia Numerosa, Pensionista, etc.

También, se recoge en esta parte de la encuesta, en pregunta abierta, los **cambios percibidos** por el entrevistado, en relación con el servicio, a lo largo de los dos últimos años:

Cambios observados en los últimos años:

¿Qué ha mejorado?

¿Qué ha empeorado?

(Se proporciona al encuestado un listado de atributos, que deberá codificar tras la respuesta del encuestado):

1. Puntualidad de salida.
2. Puntualidad de llegada.
3. Sensación de seguridad durante el viaje.
4. Confort y comodidad del autobús.
5. Temperatura interior.
6. Amabilidad y corrección del personal de la empresa.
7. Información y venta de billetes.
8. Calidad de los vehículos.
9. Limpieza interior y exterior del autobús.
10. Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares, etc.).
11. Suficiencia de horarios.
12. Correspondencia con otras líneas y modos de transporte.
13. Idoneidad de las paradas.
14. Relación calidad/precio.
15. Seguridad y control de equipajes.
16. Información de los derechos del viajero.

17. Disponibilidad de hojas de reclamaciones.
18. Información y señalización del servicio en la estación de origen.
19. Estado de conservación y limpieza de la estación de origen.
20. Servicio Internet (información, reserva y venta).

Será necesario visualizar el listado completo en la Tablet/PDA antes de seleccionar y pasar a la pregunta siguiente.

4. Valoraciones perceptivas acerca del servicio ofrecido.

(Se proporciona al encuestado un listado de atributos, que deberá codificar tras la respuesta del encuestado)

1. Puntualidad de salida.
2. Puntualidad de llegada.
3. Sensación de seguridad durante el viaje.
4. Confort y comodidad del autobús.
5. Temperatura interior.
6. Amabilidad y corrección del personal de la empresa.
7. Información y venta de billetes.
8. Calidad de los vehículos.
9. Limpieza interior y exterior del autobús.
10. Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares, etc.).
11. Suficiencia de horarios.
12. Correspondencia con otras líneas y modos de transporte.
13. Idoneidad de las paradas.
14. Relación calidad/precio.
15. Seguridad y control de equipajes.
16. Información de los derechos del viajero.
17. Disponibilidad de hojas de reclamaciones.
18. Información y señalización del servicio en la estación de origen.
19. Estado de conservación y limpieza de la estación de origen.
20. Servicio Internet (información, reserva y venta).
21. Ha subido y bajado con comodidad del autobús SI/ NO.

La valoración (salvo para el último atributo) se realizará según la siguiente escala de valoración verbal simétrica típica de cinco puntos, con la siguiente segmentación semántica:

1. Muy Malo
2. Malo
3. Normal
4. Bueno
5. Muy Bueno
6. Ns/Nc

La encuesta concluye solicitando al usuario entrevistado que señale, de los atributos expuestos sujetos a valoración, cuáles le parecen de **mayor** y **menor** importancia –un máximo de tres– en relación con la calidad del servicio. (El encuestador deberá codificar la respuesta del usuario en la lista correspondiente, o incluirla en el apartado "Otros", donde se deberá especificar la respuesta del viajero.)

En el momento de realizar un viaje ¿A qué aspectos, de los que ha calificado anteriormente, otorga…

Mayor importancia

Menor importancia

De nuevo se proporciona al encuestado un listado de atributos:

1. Puntualidad de salida.
2. Puntualidad de llegada.
3. Sensación de seguridad durante el viaje.
4. Confort y comodidad del autobús.
5. Temperatura interior.
6. Amabilidad y corrección del personal de la empresa.
7. Información y venta de billetes.
8. Calidad de los vehículos.
9. Limpieza interior y exterior del autobús.
10. Atención al cliente (bebidas, prensa, auriculares, etc.).
11. Suficiencia de horarios.
12. Correspondencia con otras líneas y modos de transporte.
13. Idoneidad de las paradas.
14. Relación calidad/precio.
15. Seguridad y control de equipajes.
16. Información de los derechos del viajero.
17. Disponibilidad de hojas de reclamaciones.
18. Información y señalización del servicio en la estación de origen.
19. Estado de conservación y limpieza de la estación de origen.
20. Servicio Internet (información, reserva y venta).

5. Observaciones e incidencias

En este último apartado se pueden anotar todas las observaciones e incidencias que se consideren oportunas, así como corregir datos erróneos, si los hubiera, de alguno de los apartados anteriores.

NORMAS DE OBLIGADO CUMPLIMIENTO Y RECOMENDACIONES

Se deben observar las siguientes recomendaciones:

Es necesario llevar **en todo momento** el **DNI y** el **carné de Ineco,** este último en lugar visible.

Se debe cuidar la imagen y aspecto, a tono con las características del servicio en que se desarrolla el trabajo y sin necesidad, por otra parte, de caer en la exageración. Se requiere corrección en el trato con el entrevistado tanto en el primer contacto como en el curso de la encuesta.

La selección del individuo a encuestar debe hacerse de forma aleatoria, obviando las posibles preferencias subjetivas por altos o bajos, hombres o mujeres, jóvenes o mayores, etc.

Si alguien se negase a responder, no se debe insistir. Se muestra, de igual forma, agradecimiento y se prosigue con el trabajo.