

**ESTUDIO DE SATISFACCIÓN CON EL SERVICIO.
GUAGUAS MUNICIPALES, S.A.**

«La voz del cliente»

Noviembre 2013



ÍNDICE

1	Antecedentes	Página 3
2	Objeto y alcance	Página 5
3	Metodología	Página 7
4	Análisis de las variables	Página 26
4.1	Perfil de los usuarios	Página 26
4.2	Importancia otorgada a las variables	Página 35
4.3	Valoración otorgada a las variables	Página 41
4.4	Satisfacción por variable	Página 47
4.5	Satisfacción por variable y zonas	Página 67
4.6	Satisfacción por variable y corredores	Página 85
5	Índices: general, con la línea, por zonas y por ejes	Página 89
5.1	Índices de Satisfacción (IS)	Página 89
5.2	Índices de Recomendación (IR)	Página 95
5.3	Índices de Promoción (IP)	Página 96
5.4	Índices de Percepción de mejora (IM)	Página 100
6	Resumen ejecutivo	Página 105
6.1	Aspectos destacables	Página 106
6.2	Indicadores relevantes	Página 110
6.3	Conclusiones	Página 115
6.4	Recomendaciones	Página 117
7	Limitaciones	Página 118
8	Agradecimientos	Página 119
9	Anexo: Nivel de satisfacción con vivir en LPGC	Página 120
10	Referencias de EBV	Página 131

1. ANTECEDENTES

Guaguas Municipales, S.A. como empresa referente en cuanto a la movilidad de los habitantes de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, históricamente viene realizando esfuerzos continuados para mejorar los recursos y renovar la flota. La empresa ha implantado y certificado un Sistema Integrado de Gestión (SIG) basado en los requisitos de los referenciales internacionales para la gestión de la calidad, el medio ambiente y la seguridad.

Es un desafío crítico y permanente para la empresa, mantener y mejorar tanto la calidad del servicio producido, como la calidad del servicio percibida por los ciudadanos, al tiempo que optimiza la aplicación de los recursos y activos.

Como respuesta a dicho reto, **Guaguas Municipales, S.A.**, emprendió a principios de 2013 uno de los cambios más importantes que ha tenido el servicio en los últimos años. Entre los objetivos fundamentales perseguidos con dichos cambios se encuentra el de mejorar las características críticas de la calidad del servicio, tales como la frecuencia de paso de las líneas que utilizan la mayor parte de los usuarios y la rapidez, potenciando los corredores rápidos para llegar a cualquier punto de la ciudad en el menor tiempo posible. También se han producido cambios sustanciales en los transbordos con las líneas de barrios, acortándolas para para conectar con los ejes troncales. Se han creado nuevas líneas para dar mayor cobertura a las necesidades de movilidad de los ciudadanos y se ha incorporado información en todas las paradas.

1. ANTECEDENTES

Guaguas Municipales, S.A. viene realizando de forma sistemática mediciones de la percepción de la calidad del servicio por parte de los usuarios, con el objeto de disponer de información fiable y datos objetivos para dar soporte a sus decisiones y validar en su caso las medidas adoptadas. Escuchar «la voz del cliente» forma parte de la cultura de excelencia en gestión e implantación de buenas prácticas que se encuentran consolidadas en la empresa.

Guaguas Municipales, S.A. ha encargado a EXCELLENCE & BUSSINES VALUE, en adelante **EBV Consultores**, realizar el estudio de satisfacción de los usuarios y elaborar el informe correspondiente para ayudar a impulsar la cultura de la calidad en la gestión, a promover la orientación al cliente y a favorecer la toma de decisiones basada en información y datos.

EBV Consultores, es una empresa de consultoría de dirección, especializada en la aplicación de métodos y técnicas de investigación para conocer al cliente y al mercado. Mediante la formación con formato e learning y el asesoramiento ,ayuda a sus clientes a construir y ejecutar la estrategia utilizando modelos y herramientas avanzadas de gestión, apoyando el análisis, diseño, implantación, auditoria y evaluación de sistemas de gestión y de los procesos de negocio. Cuenta con una dilatada experiencia en la realización de estudios de satisfacción y concretamente en el sector del transporte, donde ha realizado múltiples estudios de percepción para empresas de transporte discrecional y regular, dando cumplimiento a la Norma 13816. La empresa también ha realizado con anterioridad otros estudios de satisfacción de los usuarios de **Guaguas Municipales**.

Objeto del estudio de percepción

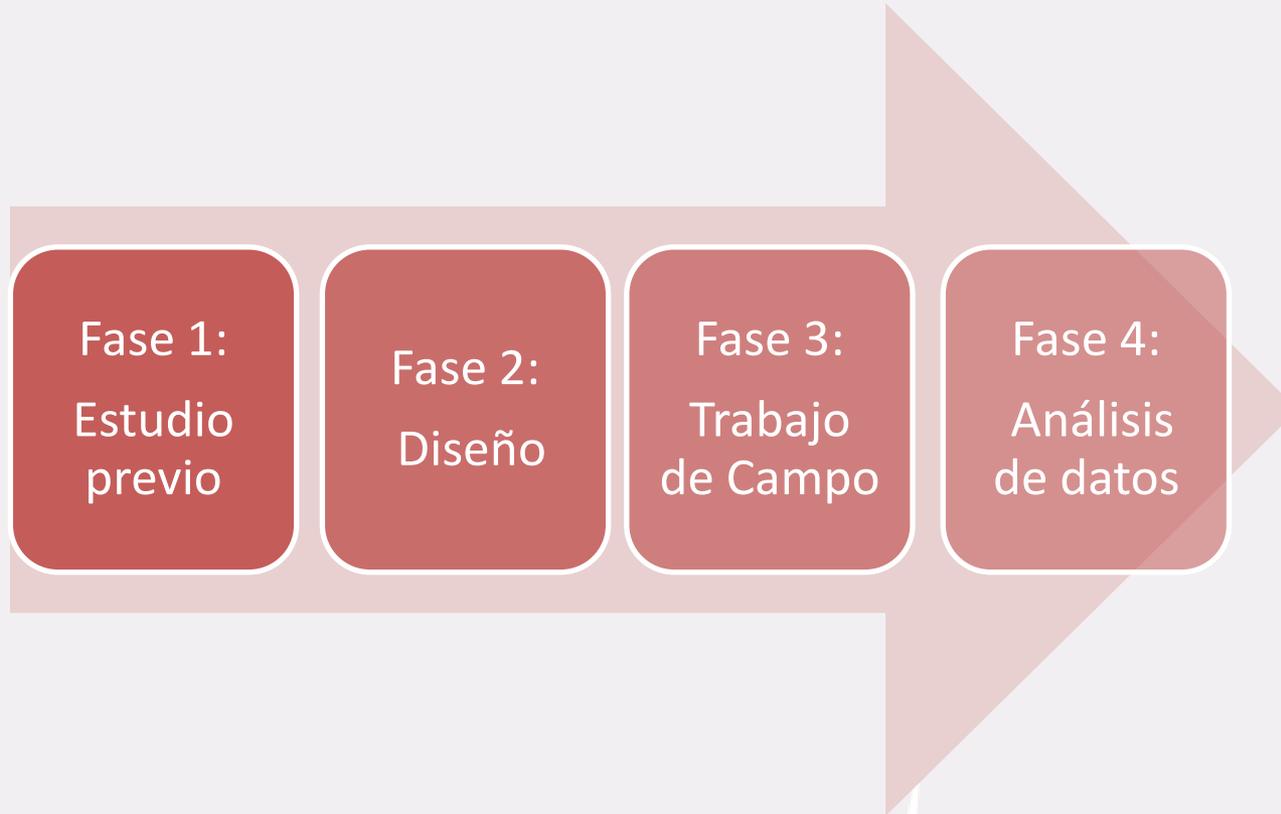
- Medir la calidad de servicio percibida por parte de los usuarios de los servicios de Guaguas Municipales, y el gap con la importancia.
- Mejorar el servicio para beneficio de los ciudadanos , apoyando las iniciativas con información y datos.
- Reforzar el reconocimiento y la reputación de la marca Guaguas Municipales.
- Incluir las dimensiones y atributos contemplados por la norma UNE-EN 13816, en la investigación.
- Determinar el cuadrante crítico resultante de comparar los datos de importancia y satisfacción.
- Obtener la batería de índices relacionados con la medición de la satisfacción del cliente (ISC), con la recomendación, la promoción y la percepción de mejora del servicio.
- Identificar el perfil de usuarios
- Apoyar la evaluación de los cambios del servicio implantados en 2013.
- Incluir los resultados del análisis de la voz del cliente en los objetivos y acciones del SIG (Sistema Integrado de Gestión).

Alcance

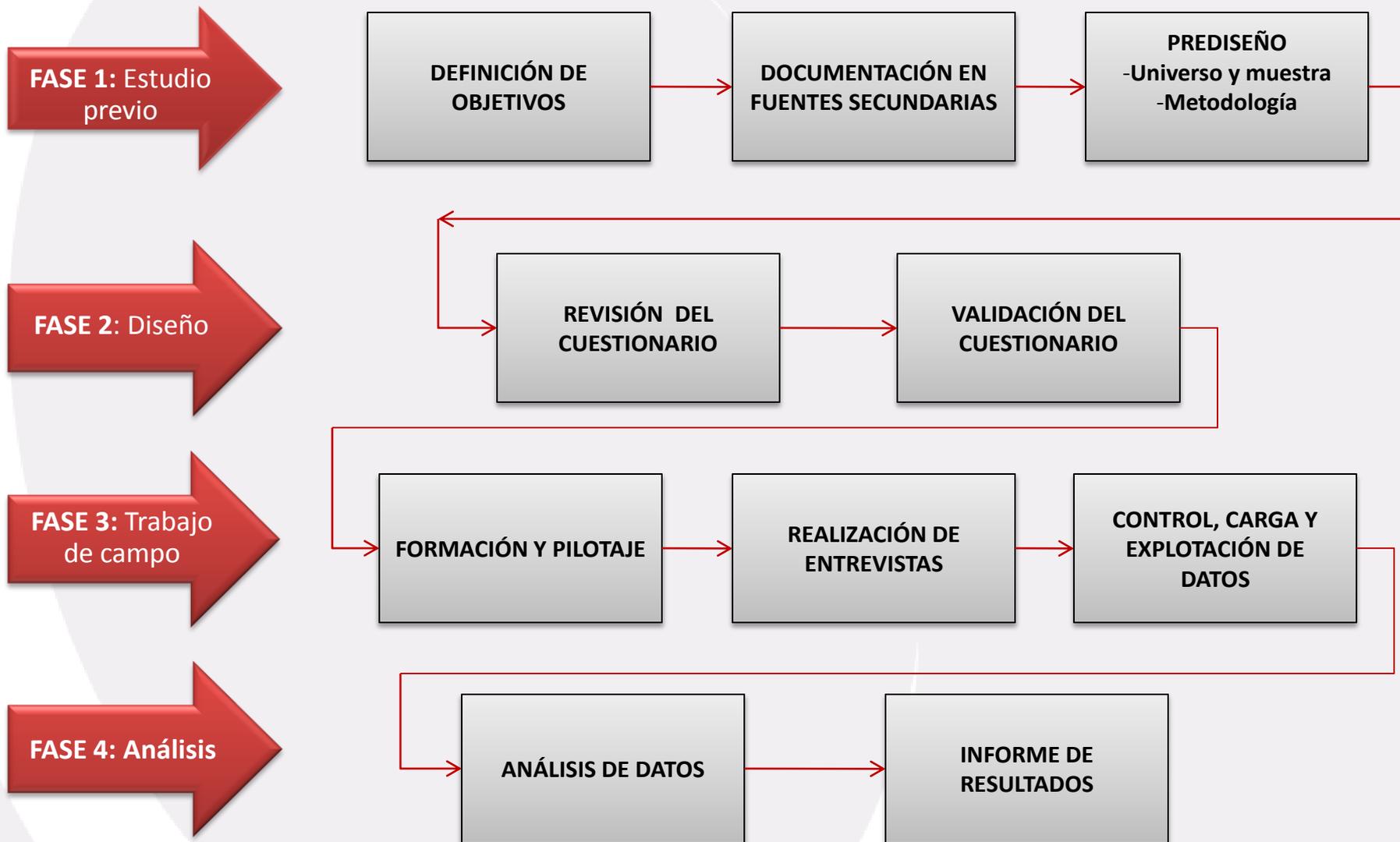
- La investigación alcanza a los usuarios de los servicios de Guaguas Municipales, en su ámbito geográfico de actuación dentro de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.
- La propuesta incluye apoyo de consultoría para la identificación y selección de iniciativas de mejora.
- Se excluyen las líneas con servicios sólo en horario nocturno o de fin de semana.
- En el cuestionario se han incluido preguntas sobre percepción de los usuarios sobre la calidad de vida en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria. Aunque la investigación de estas variables no forman parte del objeto y alcance del estudio, se anexan al informe las tablas de frecuencias de los datos obtenidos.
- La representatividad de la muestra con los niveles de confianza y error muestral que se indican en la ficha técnica, son aplicables al conjunto del universo investigado. La inferencia estadística de los datos por líneas cuenta con las limitaciones de representatividad estadística que se indica en la tabla de errores muestrales incluida en este informe.

3. METODOLOGÍA APLICADA

El trabajo realizado se ha estructurado entorno a cuatro fases principales, según muestra el siguiente esquema:



3. METODOLOGÍA APLICADA



3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 1: Estudio previo

En esta fase se han estudiado y tenido en cuenta los estudios anteriores realizados por EBV para Guaguas Municipales, se han consultado los antecedentes específicos en la literatura previa producida en otros estudios y fuentes secundarias. Esta información previa es necesaria para dar al trabajo un enfoque y un diseño técnico sólido y contrastado.



3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 1: Estudio previo

1.1. Definición de objetivos

Se han definido los objetivos del estudio que se han enumerado en el apartado 2, de Objeto y Alcance de este proyecto.

1.2. Documentación de fuentes secundarias

Para realizar el presente estudio previo se han consultado las siguientes fuentes:

- **Padrón de habitantes** por distritos y edades de Las Palmas de Gran Canaria.
- **Diversos estudios** de percepción del consumidor.
- **Resultado del estudio** realizado en el **2011** a los usuarios de Guaguas Municipales
- **Estimación de viajes para el 2013** aportados por Guaguas Municipales.

Fase 1: Estudio previo

1.3. Prediseño

En función de la información secundaria recopilada, los resultados del estudio realizado en el 2011 y las peticiones de Guaguas Municipales, se ha realizado el prediseño del estudio, para ello en primer lugar se estableció el **universo** a considerar, que no es otro que los **usuarios de de Guaguas Municipales de todas las líneas**, exceptuando aquellas que tienen horarios exclusivamente nocturnos o en fin de semana.

Como base para el cálculo del universo se tuvo en cuenta la estimación de viajeros para el año 2013 proporcionada por Guaguas Municipales.

Se ha establecido como objetivo obtener un **nivel de confianza del 95%** de los resultados globales, y un margen de error **general** inferior al **3%** y del **5%** en las zonas definidas. Para ello se estimó que serían necesarias aproximadamente 2000 encuestas válidas.

La determinación de la **distribución muestral** se ha realizado en función de las proporciones de viajes realizados por líneas cuyo detalle se recoge en las páginas siguientes:

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 1: Estudio previo

1.3. Prediseño: Distribución muestral general

LINEAS	VIAJES	PORCENTAJE POR LINEA	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
1	2.140.906	12%	238	6%
2	1.430.455	8%	159	8%
6	191.141	1%	21	21%
7	416.663	2%	46	14%
8	269.041	1%	30	18%
9	1.159.611	6%	129	9%
10	167.211	1%	19	23%
11	1.292.527	7%	144	8%
12	3.510.400	20%	390	5%
13	754.569	4%	84	11%
17	1.875.426	10%	208	7%
19	128.276	1%	14	26%
20	128.276	1%	14	26%
21	1.174.507	7%	131	9%
22	929.806	5%	103	10%
24	1.174.507	7%	131	9%
25	1.004.817	6%	112	9%
26	251.204	1%	28	19%

LINEAS	VIAJES	PORCENTAJE POR LINEA	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
33	3.295.868	18%	366	5%
35	356.792	2%	40	16%
41	248.984	1%	28	19%
44	586.236	3%	65	12%
45	410.360	2%	46	15%
46	410.360	2%	46	15%
47	1.139.130	6%	127	9%
48	140.342	1%	16	25%
50	257.269	1%	29	18%
51	371.257	2%	41	15%
52	243.155	1%	27	19%
54	178.951	1%	20	22%
55	249.516	1%	28	19%
70	547.077	3%	61	13%
80	119.512	1%	13	27%
81	465.317	3%	52	14%
82	596.952	3%	66	12%
91	1.218.033	7%	135	8%

2000 encuestas

Margen de error global: 2,2%

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 1: Estudio previo

1.3. Prediseño: Distribución muestral por zonas proporcional

A efecto de comparación se han mantenido las 5 zonas establecidas en el anterior estudio.

Tras realizar una distribución proporcional se observa que dos de la zonas, superan el objetivo de tener un margen de error \leq al 5%

ZONA TAMARACEITE, SAN LORENZO-			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
44	586.236	41	15,4%
45	410.360	28	18,4%
46	410.360	28	18,4%
47	1.139.130	79	11,0%
91	1.218.033	84	10,7%
TOTAL	3.764.119	261	6,1%

ZONA BAJA			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
1	2.140.906	148	8,0%
12	3.510.400	243	6,3%
17	1.875.426	130	8,6%
TOTAL	7.526.732	522	4,3%

ZONA ALTA			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
11	1.292.527	90	10,3%
21	1.174.507	81	10,9%
35	356.792	25	19,7%
48	140.342	10	31,4%
24	1.174.507	81	10,9%
33	3.295.868	229	6,5%
TOTAL	7.434.542	516	4,3%

ZONA CENTRO/PUERTO			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
2	1.430.455	99	9,8%
9	1.159.611	80	10,9%
80	119.512	8	34,0%
81	465.317	32	17,2%
82	596.952	41	15,2%
20	128.276	9	32,9%
22	929.806	64	12,2%
41	248.984	17	23,6%
19	128.276	9	32,9%
10	167.211	12	28,8%
25	1.004.817	70	11,7%
26	251.204	17	23,5%
TOTAL	6.630.421	460	4,6%

CONO SUR			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
6	191.141	13	26,9%
7	416.663	29	18,2%
50	257.269	18	23,2%
51	371.257	26	19,3%
52	243.155	17	23,9%
54	178.951	12	27,8%
55	249.516	17	23,6%
70	547.077	38	15,9%
13	754.569	52	13,5%
8	269.041	19	22,7%
TOTAL	3.478.638	241	6,3%

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 1: Estudio previo

1.3. Prediseño: Distribución muestral proporcional por zonas

A efecto de conseguir que los resultados por zonas cumplieran con el objetivo de poseer un margen de error igual o menor al 5%, se realizó una redistribución muestral proporcional que garantizara dichos resultados:

ZONA CENTRO/PUERTO			
LINEAS	VIAJES	AJUSTE	MARGEN DE ERROR
2	1.430.455	83	10,8%
9	1.159.611	67	12,0%
80	119.512	7	37,3%
81	465.317	27	18,9%
82	596.952	34	16,7%
20	128.276	7	36,0%
22	929.806	54	13,4%
41	248.984	14	25,8%
19	128.276	7	36,0%
10	167.211	10	31,5%
25	1.004.817	58	12,9%
26	251.204	15	25,7%
TOTAL	6.630.421	383	5,0%

CONO SUR			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
6	191.141	21	21,5%
7	416.663	45	14,6%
50	257.269	28	18,5%
51	371.257	40	15,4%
52	243.155	26	19,1%
54	178.951	19	22,2%
55	249.516	27	18,8%
70	547.077	59	12,7%
13	754.569	82	10,8%
8	269.041	29	18,1%
TOTAL	3.478.638	378	5,0%

ZONA BAJA			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
1	2.140.906	110	9,3%
12	3.510.400	181	7,3%
17	1.875.426	96	10,0%
TOTAL	7.526.732	387	5,0%

ZONA TAMARACEITE, ...			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
44	586.236	59	12,7%
45	410.360	41	15,2%
46	410.360	41	15,2%
47	1.139.130	115	9,1%
91	1.218.033	123	8,8%
TOTAL	3.764.119	380	5,0%

ZONA ALTA			
LINEAS	VIAJES	ASIGNACION MUESTRAL	MARGEN DE ERROR
11	1.292.527	82	10,8%
21	1.174.507	74	11,4%
35	356.792	23	20,6%
48	140.342	9	32,9%
24	1.174.507	74	11,4%
33	3.295.868	209	6,8%
TOTAL	7.434.542	471	4,5%

Fase 1: Estudio previo

1.3. Prediseño: Distribución muestral apropiada por corredores: líneas troncales y no troncales

Se ha considerado también la realización de una segmentación de los resultados separando las líneas troncales (1, 2, 12, 17, 21/24, 33 y 91) de las no troncales (resto de líneas), ya que estas 7 líneas por sí solas, concentran el 55% de los usuarios, y tras los cambios del pasado marzo conforman la estructura fundamental del sistema de líneas actual.

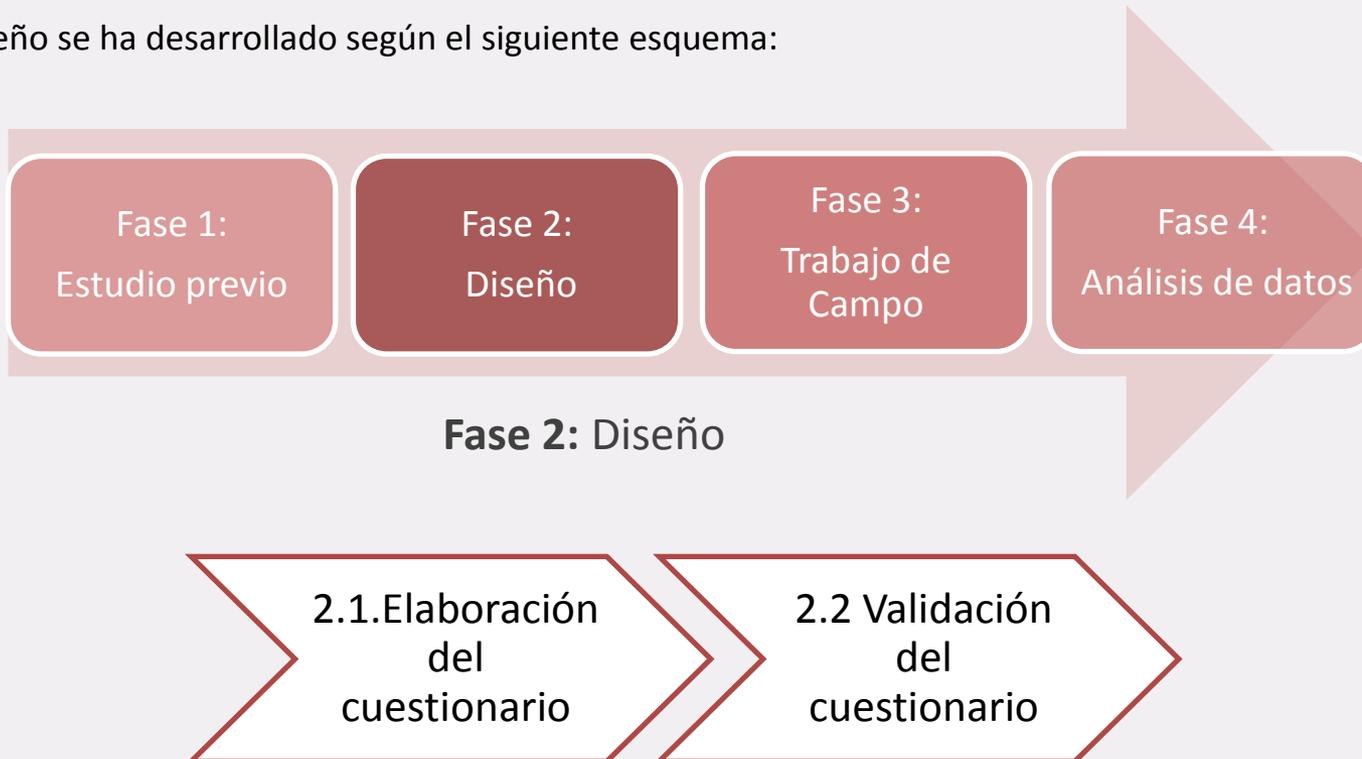
A la hora de interpretar los resultados, se deben considerar los correspondientes márgenes de error:

	Margen de Error
Lineas Troncales	3,2
Lineas no Troncales	3,0

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 2: Diseño

El diseño se ha desarrollado según el siguiente esquema:



Fase 2: Diseño

2.1. Elaboración del cuestionario

El cuestionario utilizado está parcialmente basado en el utilizado para el estudio realizado en el 2011. Se han realizado algunas modificaciones, principalmente relacionadas con la inclusión de nuevas preguntas y la ordenación de las mismas. Se ha tenido en cuenta tanto la literatura previa como las especificaciones de calidad que para el servicio de transporte regular de pasajeros establece la norma la norma UNE-EN 13816 .

Las preguntas contenidas en el mismo han sido de diferentes tipos: cerradas, abiertas, dicotómicas y precodificadas, buscando la idoneidad del tipo de escala aplicable a cada atributo.

2.2. Validación del cuestionario

Se han incorporado las sugerencias realizadas por **Guaguas Municipales**, tanto en relación a las variables a considerar como en la agrupación de líneas en los diferentes grupos definidos.

Se ha realizado un **prueba piloto** del cuestionario a usuarios reales del servicio, derivada de la cual se han realizando ajustes para facilitar la comprensión homogénea del cuestionario por parte de los encuestados

3. METODOLOGÍA APLICADA

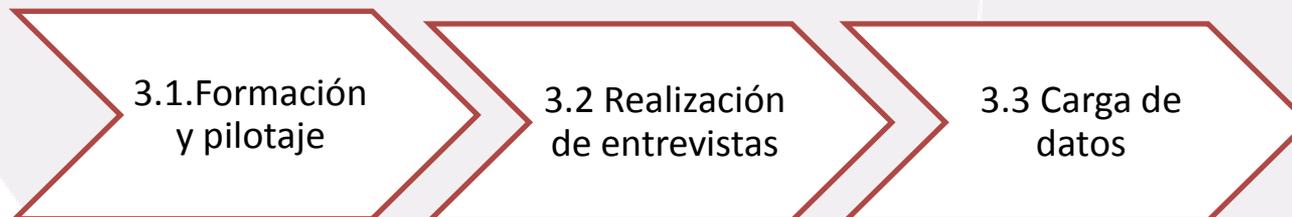
Fase 3: Trabajo de campo

El trabajo de campo se ha realizado mediante entrevistas personales aleatorias a usuarios de **Guaguas Municipales** mientras están realizando un trayecto y/o mientras esperaban la guagua, en el número establecido en el diseño muestral para cada línea.

En total se utilizaron entre 8 y 10 encuestadores en un periodo de 15 días laborales.



Fase 3: Trabajo de campo



3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 3: Trabajo de campo

3.1. Formación y pilotaje

Los encuestadores recibieron una formación previa sobre la realización del trabajo de campo, los criterios a seguir a la hora de seleccionar los entrevistados, como dirigirse a ellos, como realizar la entrevista, la correcta interpretación de las diferentes preguntas del cuestionario y cómo registrar los datos.

Al igual que el cuestionario, el trabajo de campo se validó a través de una muestra piloto para garantizar la fiabilidad de los resultados finales obtenidos.

Durante todas las jornadas de realización del trabajo de campo se realizaron reuniones de seguimiento del estado de los trabajos y aclaración de dudas y posibles incidencias.

3.2. Realización de entrevistas

Las entrevistas se realizaron entre las 8 de la mañana y las 8 de la tarde del 21 de octubre y el 8 de noviembre.

Se realizaron en 2 turnos, disponiendo los encuestadores de la correspondiente autorización expedida de **Guaguas Municipales**.

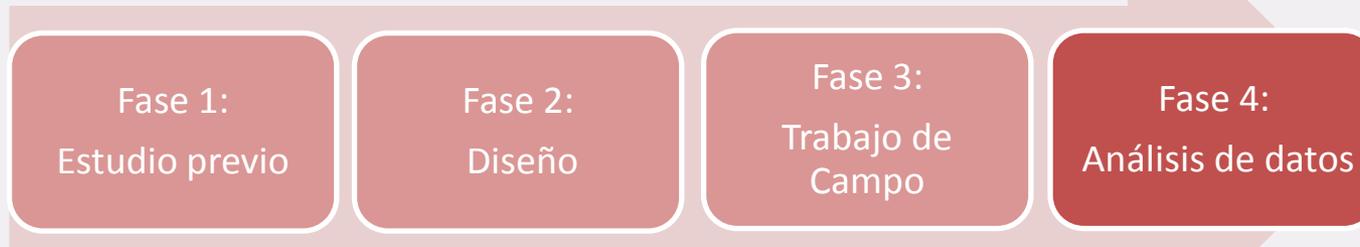
3.3. Carga de datos

Todos los datos han sido incorporados a una base de datos informática susceptible de ser tratada con el paquete informático SPSS. A la carga de datos se le incorporaron los correspondientes filtros de errores.

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 4: Análisis de datos

El análisis de datos es la fase en la que se realiza la explotación de los datos de la muestra investigada y la presentación en la que se visualizan los resultados obtenidos. Consta de una primera parte de análisis de datos propiamente dicha, incluyendo la ficha técnica, y una segunda parte que es el informe de resultados.



Fase 4: Análisis de datos



Fase 4: Análisis de datos

4.1. Análisis de datos

Se presentan los datos de cada una de las variables para los siguientes grupo de encuestados

- **Resultados Generales.**
- **Valoraciones generales sobre el servicio:**
 - Nivel de satisfacción general con Guaguas Municipales
 - Nivel de satisfacción con la línea
 - Niveles de satisfacción por zonas y en los grandes corredores
 - Nivel de recomendación
- **Índices de Satisfacción**
 - El índice de satisfacción del cliente (ISC) y otros indicadores

En los casos que se ha considerado relevante se han realizado

- Comparativas entre los diferentes grupos de líneas y con los resultados generales
- Comparativas con el estudio del 2011
- Comparativas entre las líneas troncales (1, 2, 12, 17, 21/24, 33 y 91) y el resto de líneas (no troncales).

Estando en todo caso disponibles todas las comparativas en las tablas anexas.

Los resultados de las preguntas sobre el nivel de satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria se incluyen en el anexo de este informe.

3. METODOLOGÍA APLICADA

Dentro de cada grupo de análisis se han agrupados las variables en tres clases:

Variables relacionadas con el perfil de los usuarios:

- Nivel de estudios
- Ocupación
- Sexo
- Edad

Variables relacionadas con datos estadísticos sobre los hábitos uso del servicio:

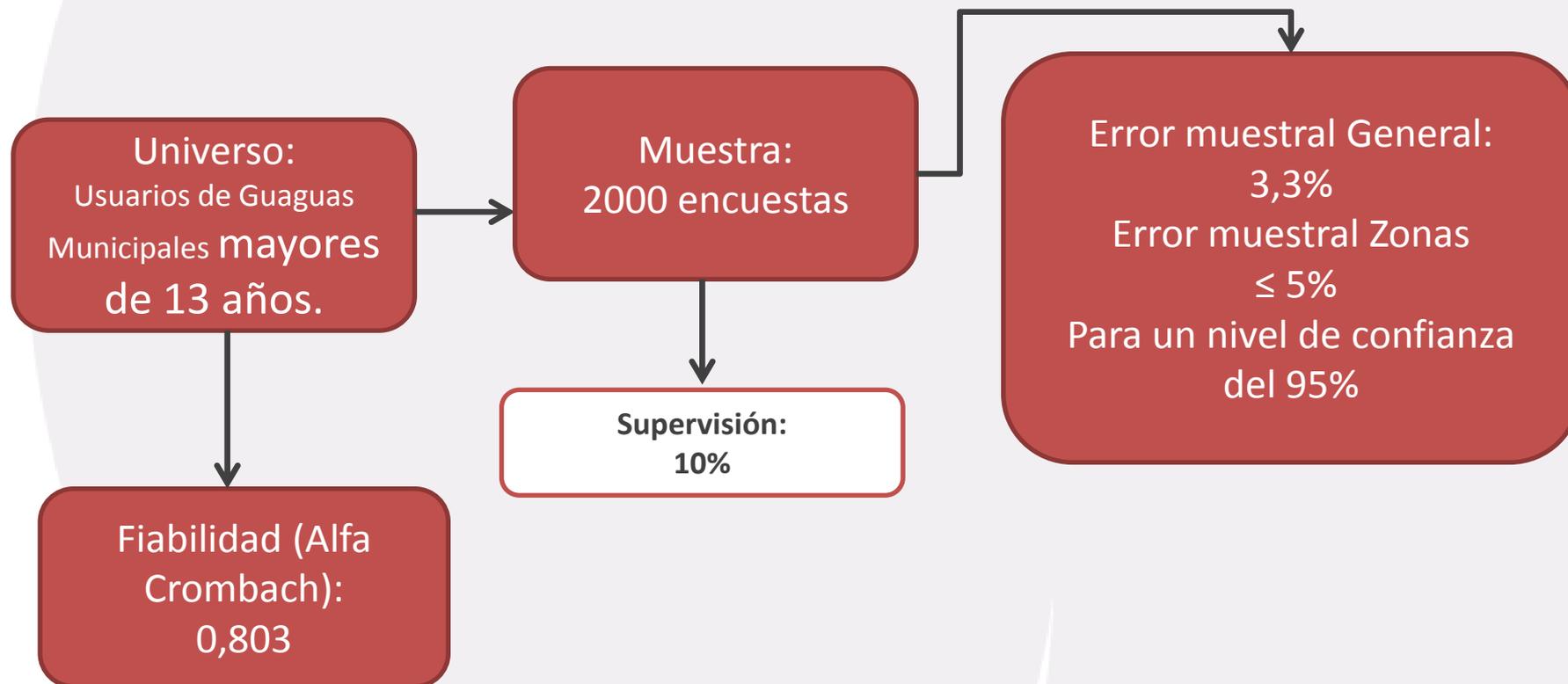
- Frecuencia de uso
- Nº de líneas usadas
- Nº de viajes realizados
- Lugar de compra del billete

Información sobre la importancia que los usuarios de Guaguas Municipales dan a los principales aspectos del servicio y sobre la percepción de los usuarios sobre estos mismos aspectos:

- | | | |
|---|---|--|
| – Puntualidad | – Confort de las paradas | – Seguridad en la guagua |
| – Frecuencia | – Información en las paradas | – Facilidad para la compra de billetes o bonos |
| – Rapidez | – Amabilidad de los conductores | – Precio del viaje |
| – Capacidad | – Conducción sin brusquedades | – Compromiso con el medioambiente |
| – Coordinación de los transbordos | – Limpieza de la guagua | |
| – Proximidad y accesibilidad de las paradas | – Temperatura en el interior de la guagua | |

3. METODOLOGÍA APLICADA

4.2. Ficha técnica



3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 4: Análisis de datos

4.2. Ficha técnica

Procedimiento	Cuestionario estructurado, de aplicación individual a una muestra representativa de la población usuaria de los servicios de Guaguas Municipales, S.A.
Universo y Ámbito muestral	La población está formada por los usuarios del servicio de transporte público que presta la empresa Guaguas Municipales, S.A. en Las Palmas de Gran Canaria. La unidades muestrales seleccionadas para entrevistar son los usuarios iguales o mayores de 13 años.
Tamaño, selección y distribución muestral	Número de encuestas : 2.000 Entrevistas, distribuidas de forma aporportional en las paradas y recorridos de las líneas del servicio, seleccionando al tercer pasajero que llega a la parada tras la última entrevista realizada. Distribución estratificada proporcional al día (de lunes a viernes) y en la franja horaria prevista de mañana y tarde.
Zonificación	Término municipal de Las Palmas de Gran Canaria. Distribuidas en las paradas y recorrido de las líneas.
Error muestral y nivel de significación	2 Sigmas, para $p=q=0.5$, con un error máximo que no excederá de $\pm 3\%$ para datos globales, con un nivel de confianza del 95%.

3. METODOLOGÍA APLICADA

Fase 4: Análisis de datos

4.2. Ficha técnica

Los niveles de confianza : **95%**

Error muestral general: **2,2%**

Control de calidad: Se ha realizado un control telefónico sobre el 10% de las encuestas realizadas por cada encuestador. En este control se repiten cinco preguntas del estudio, muy cortas, que no pueden variar mucho en el tiempo, para calcular una base de consistencia de los datos (respuestas coincidentes/total de respuestas).

Se consideran válidos los cuestionarios con una tasa de confirmación igual o superior a 0,8 en la validación posterior realizada.

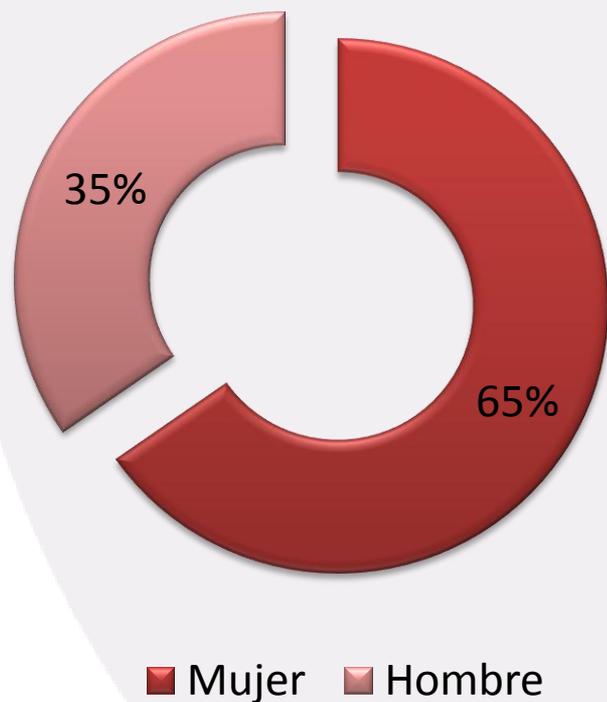
Se ha aplicado el criterio de dar por bueno el trabajo de los encuestadores que superen el 90% de cuestionarios válidos en el control de calidad.

Alfa de Cronbach: El estadístico ALFA DE CRONBACH nos mide la fiabilidad de la escala de medida. La escala es más fiable a medida que se aproximan al valor 1. Es un criterio genérico considerar estadísticamente adecuados valores indicativos entre 0,7 y 1 para este coeficiente. El ALFA DE CRONBACH obtenido es de **0,803** para el conjunto total de las variables. Consideramos que este valor es **aceptable y por tanto la escala de medida fiable.**

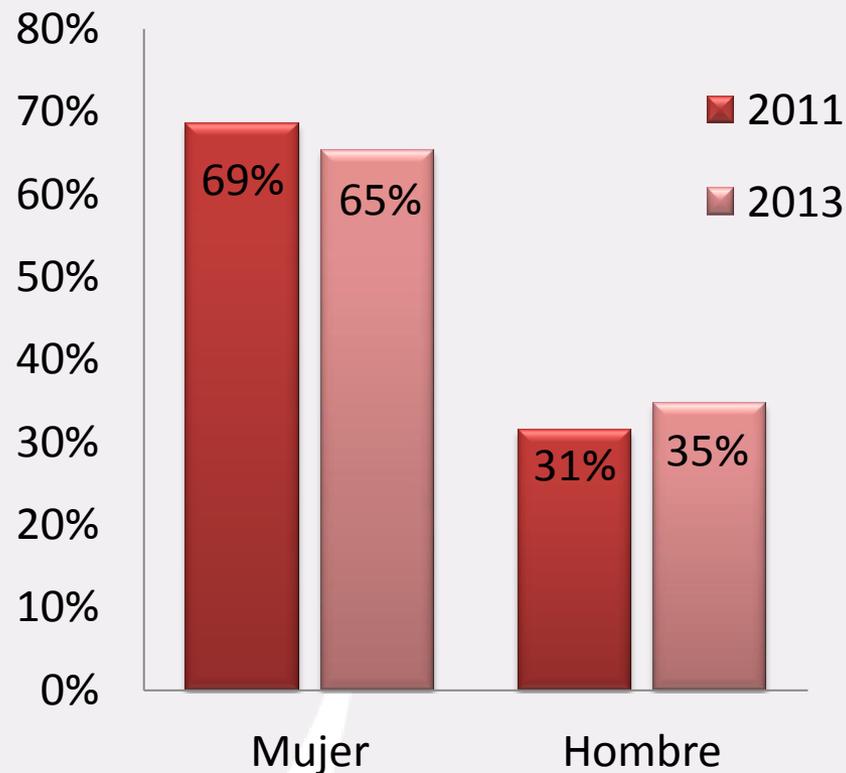
4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Sexo

El **65 %** de los usuarios de Guaguas Municipales **son mujeres**



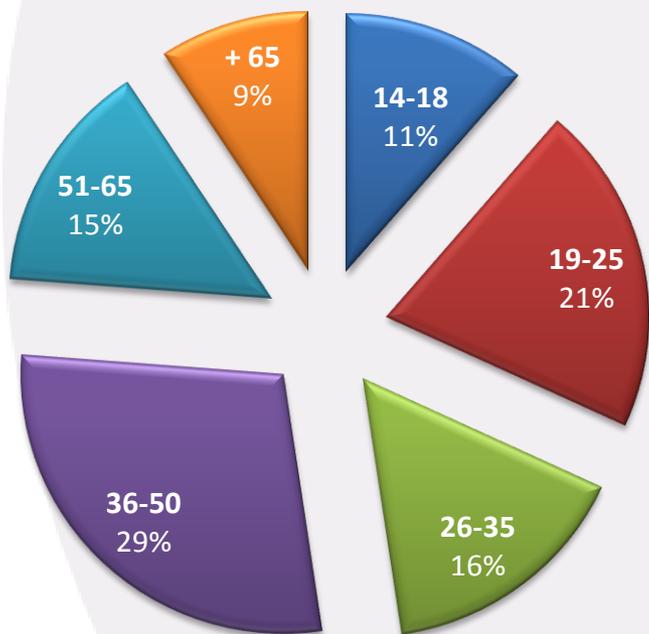
En relación al 2011 el nº de hombres se incremento un 4%



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

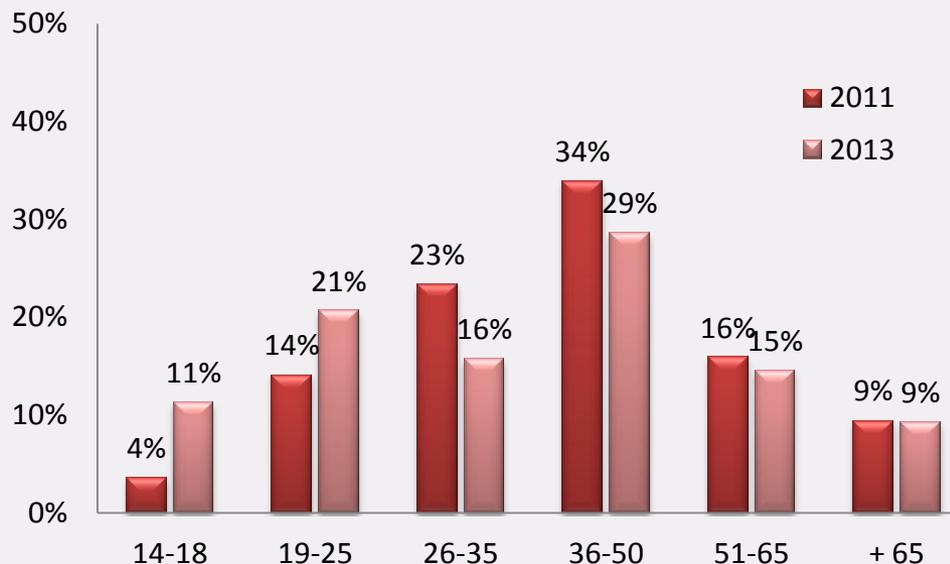
4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Edad

Del total de los encuestados, el **29%** tiene entre **36 y 50 años**.



Edad media: **39 años**

En relación al 2011 a disminuido en 2 años



EDAD	2011	2013	DIF
14-18	3,5%	11,3%	7,7%
19-25	14,1%	20,6%	6,5%
26-35	23,3%	15,7%	-7,5%
36-50	33,9%	28,6%	-5,3%
51-65	15,9%	14,5%	-1,3%
+ 65	9,4%	9,3%	-0,1%

Se ha producido un incremento del 15 % de pasajeros con edades entre los 14 y 25 años

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Usuarios de Guaguas Municipales. Cruce de variables sexo y edad.

	Mujer	Hombre	DIF
14-18	52,5%	47,5%	5,0%
19-25	58,1%	41,9%	16,2%
26-35	65,8%	34,2%	31,6%
36-50	76,6%	23,4%	53,3%
51-65	67,9%	32,1%	35,9%
+ 65	55,2%	44,8%	10,5%
GLOBAL	65,2%	34,8%	30,4%

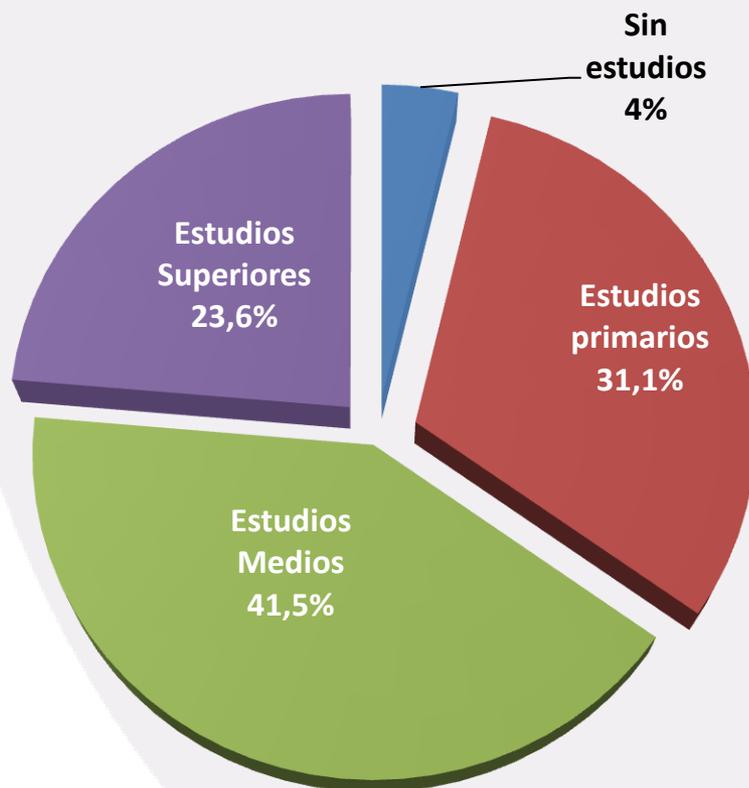
Existe un **mayor equilibrio** entre hombres y mujeres en los **tramos de 14 a 25 años y en los mayores de 65 años.**

Las **mayores diferencia** entre hombres y mujeres en el **tramo de 36 a 50 años**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Nivel de estudios

El **65%** de los usuarios declara tener **estudios medios o superiores**

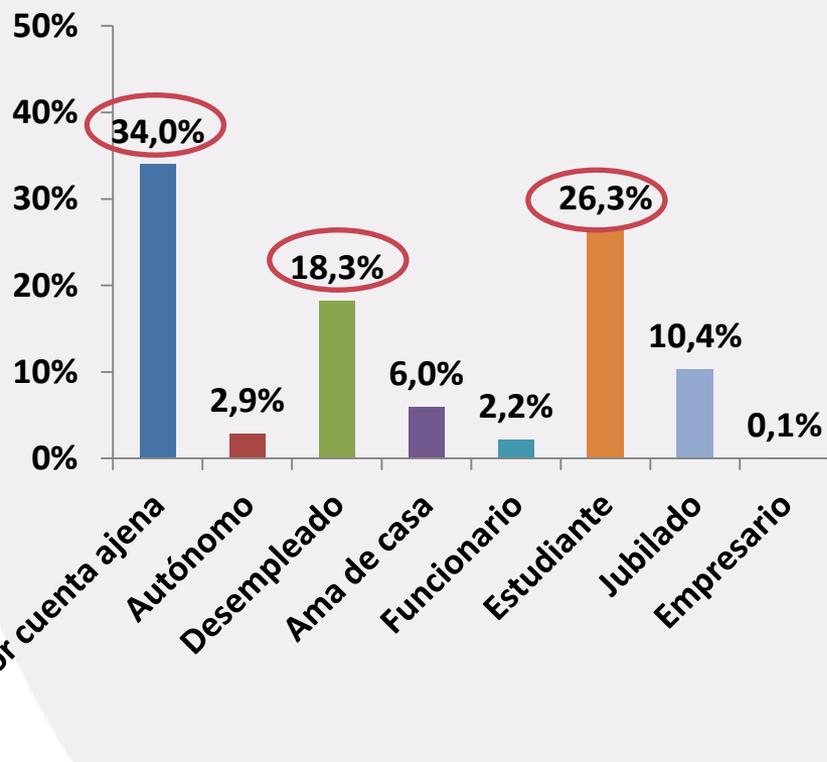


No se aprecian diferencias significativas en el nivel de estudios de los encuestados con respecto al 2011

Nivel de estudios	2011	2013	DIF
Sin estudios	3,7%	3,7%	0,0%
Estudios primarios	33,1%	31,1%	-2,0%
Estudios Medios	40,8%	41,5%	0,7%
Estudios Superiores	22,3%	23,6%	1,4%

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Ocupación

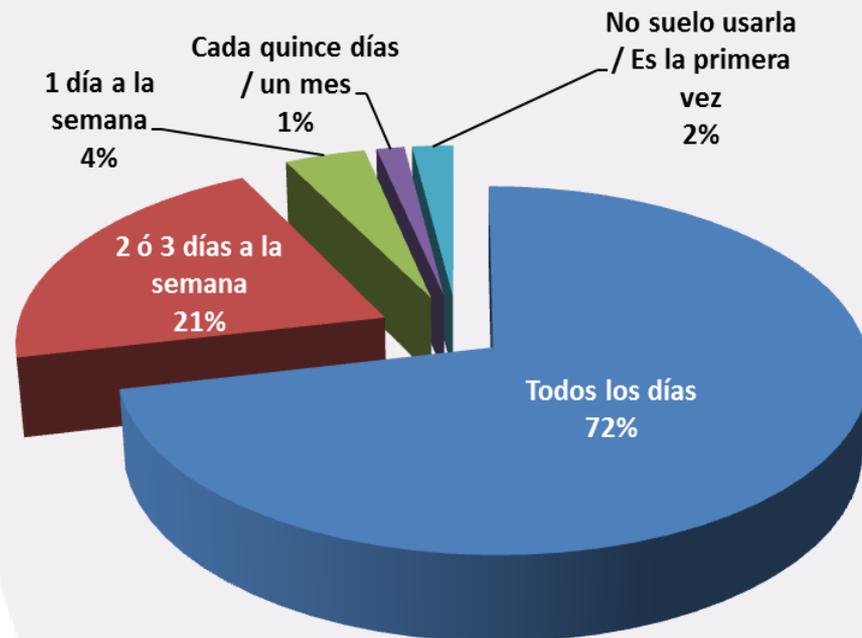


OCUPACIÓN	2011	2013	DIF
Trabajador por cuenta ajena	40,9%	34,0%	-6,9%
Autónomo	4,9%	2,9%	-2,0%
Desempleado	16,8%	18,3%	1,4%
Ama de casa	10,0%	6,0%	-4,0%
Funcionario	2,3%	2,2%	-0,2%
Estudiante	15,1%	26,3%	11,2%
Jubilado	9,6%	10,4%	0,8%
Empresario	0,4%	0,1%	-0,3%
Total	100%	100%	

Disminución significativa (6,9%) de los trabajadores, incremento importante de estudiantes (11,2%).

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Frecuencia de uso



El **93%** de los usuarios utilizan la guagua todos los días, ó 2 ó 3 días a la semana

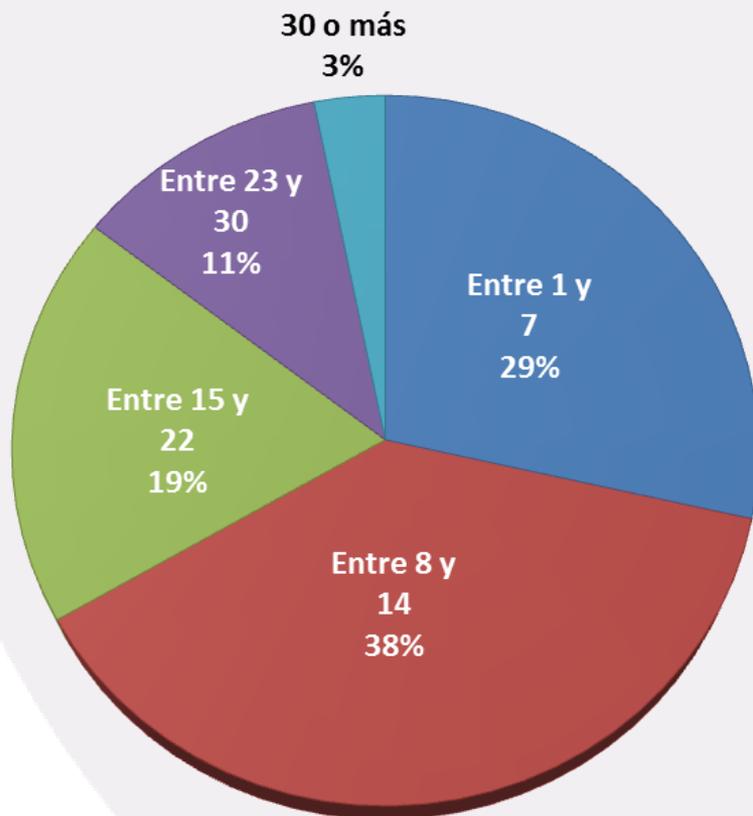
Se incrementa en un **6%** el número de usuarios que utilizan diariamente la Guagua

Frecuencia de uso	2011	2013	DIF.
Todos los días	65,0%	71,4%	6,4%
2 ó 3 días a la semana	24,6%	21,1%	-3,5%
1 día a la semana	3,3%	4,1%	0,7%
Cada quince días / un mes	3,7%	1,4%	-2,3%
No suelo usarla / Es la primera vez	3,3%	2,1%	-1,3%
Total	100%	100%	

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Nº de viajes en la última semana

El **67%** de los usuarios indica que ha realizado 1 y 14 trayectos en los últimos 7 días

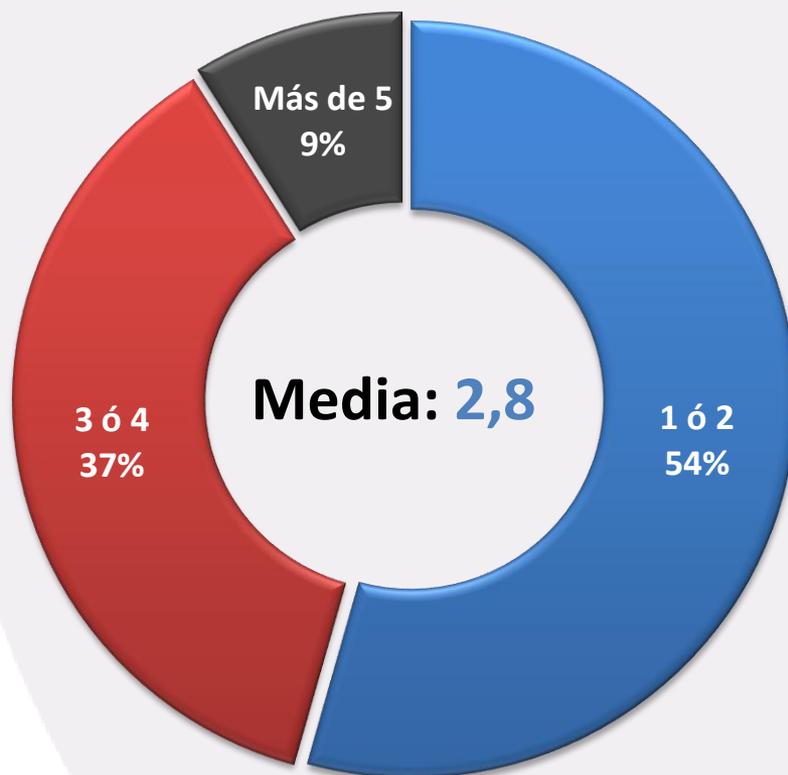


Nº de viajes en los últimos 7 días	2011	2013	DIF.
Entre 1 y 7	36,3%	28,5%	-7,8%
Entre 8 y 14	13,4%	38,1%	24,7%
Entre 15 y 22	26,2%	18,8%	-7,4%
Entre 23 y 30	21,7%	11,4%	-10,3%
Entre 30 o más	2,4%	3,2%	0,7%
Mas de 42	0,0%	0,4%	0,4%
TOTAL	100%	100%	

Incremento muy importante en el tramo de entre 8 y 14 viajes semanales en detrimento de todos los demás tramos

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Nº de líneas usadas habitualmente

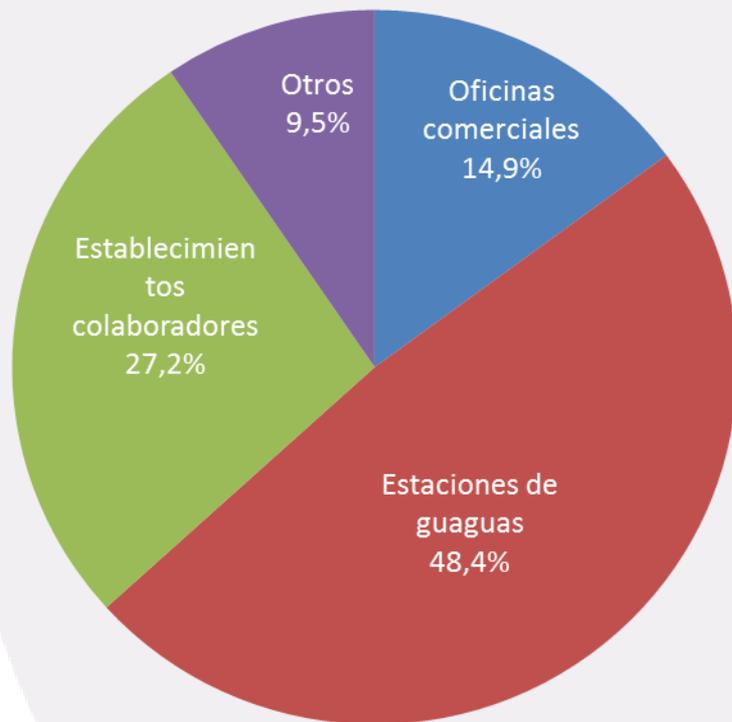


El **54%** de los usuarios utiliza habitualmente 1 o 2 líneas, incrementándose este porcentaje en un **12%** con respecto al 2011

Nº de líneas usadas habitualmente	2011	2013	DIF.
1 ó 2	42%	54%	12%
3 ó 4	47%	37%	-10%
Más de 5	11%	9%	-2%
Total	100%	100%	

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.1. Perfil de los usuarios de Guaguas Municipales. Lugar de compra del billete



Disminución de un **14,2%** de la venta en establecimientos colaboradores e incremento de venta en las estaciones de Guaguas en un **18,7%**

Lugar de compra del billete	2011	2013	DIF.
Oficinas comerciales	19,5%	14,9%	-4,6%
Estaciones de guaguas	29,7%	48,4%	18,7%
Establecimientos colaboradores	41,4%	27,2%	-14,2%
Otros	9,4%	9,5%	0,1%
Total	100%	100%	

El **48,4%** de las compras de billetes se realizan en las estaciones de guaguas

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios

Importancia	Frecuencia
Puntualidad	9,2
Seguridad en la guagua	9,2
Frecuencia	9,0
Precio del viaje	8,9
Conducción sin brusquedades	8,8
Facilidad para comprar los bonos	8,7
Limpieza de la guagua	8,7
Información en las paradas	8,7
PROMEDIO	8,7
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,6
Compromiso con el medioambiente	8,5
Rapidez	8,5
Temperatura en la guagua	8,5
Confort de las paradas	8,4
Amabilidad del conductor	8,4
Capacidad	8,4
Coordinación de los Transbordos	8,2

Todos los aspectos considerados son relevantes → **puntuaciones superiores a 8**

Los aspecto **más** importantes son:

- La **Puntualidad** → 9,2
- La **Seguridad** → 9,2
- La **Frecuencia** → 9,0

Los aspecto **menos** importantes son:

- **Amabilidad del conductor** (8,4)
- **Capacidad de la Guagua** (8,4)
- **Coordinación de los transbordos** (8,2)

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios: diferencia 2011-2013

Importancia	2011		2013		DIF.
	Orden	Puntuación	Orden	Puntuación	
Puntualidad	2	9,3	1	9,2	-0,1
Seguridad en la guagua	1	9,4	2	9,2	-0,3
Frecuencia	6	9,0	3	9,0	0,0
Precio del viaje	4	9,1	4	8,9	-0,2
Conducción sin brusquedades	5	9,0	5	8,8	-0,2
Facilidad para comprar los bonos	8	8,9	6	8,7	-0,1
Información en las paradas	3	9,1	7	8,7	-0,4
Limpieza de la guagua	7	9,0	8	8,7	-0,2
PROMEDIO	9	9,1	9	8,7	-0,4
Proximidad y accesibilidad de las paradas	12	8,7	10	8,6	0,0
Compromiso con el medioambiente	13	8,6	11	8,5	-0,1
Rapidez	15	8,4	12	8,5	0,1
Temperatura en la guagua	10	8,8	13	8,5	-0,3
Confort de las paradas	11	8,8	14	8,4	-0,3
Amabilidad del conductor	16	8,3	15	8,4	0,1
Capacidad de la guagua	14	8,6	16	8,4	-0,2
Coordinación de los Transbordos	17	8,1	17	8,2	0,2

VARIACIONES POCO SIGNIFICATIVAS

La **Puntualidad** y la **Seguridad** se mantienen como las dos variables más importantes para los usuarios.

La **frecuencia de paso** sustituye a la **información en las paradas** como tercera variable más importante.

La **amabilidad del conductor** y la **coordinación de los transbordos** se mantienen como dos de las tres variables menos importantes.

El promedio de importancia dada al conjunto de las variables baja ligeramente.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

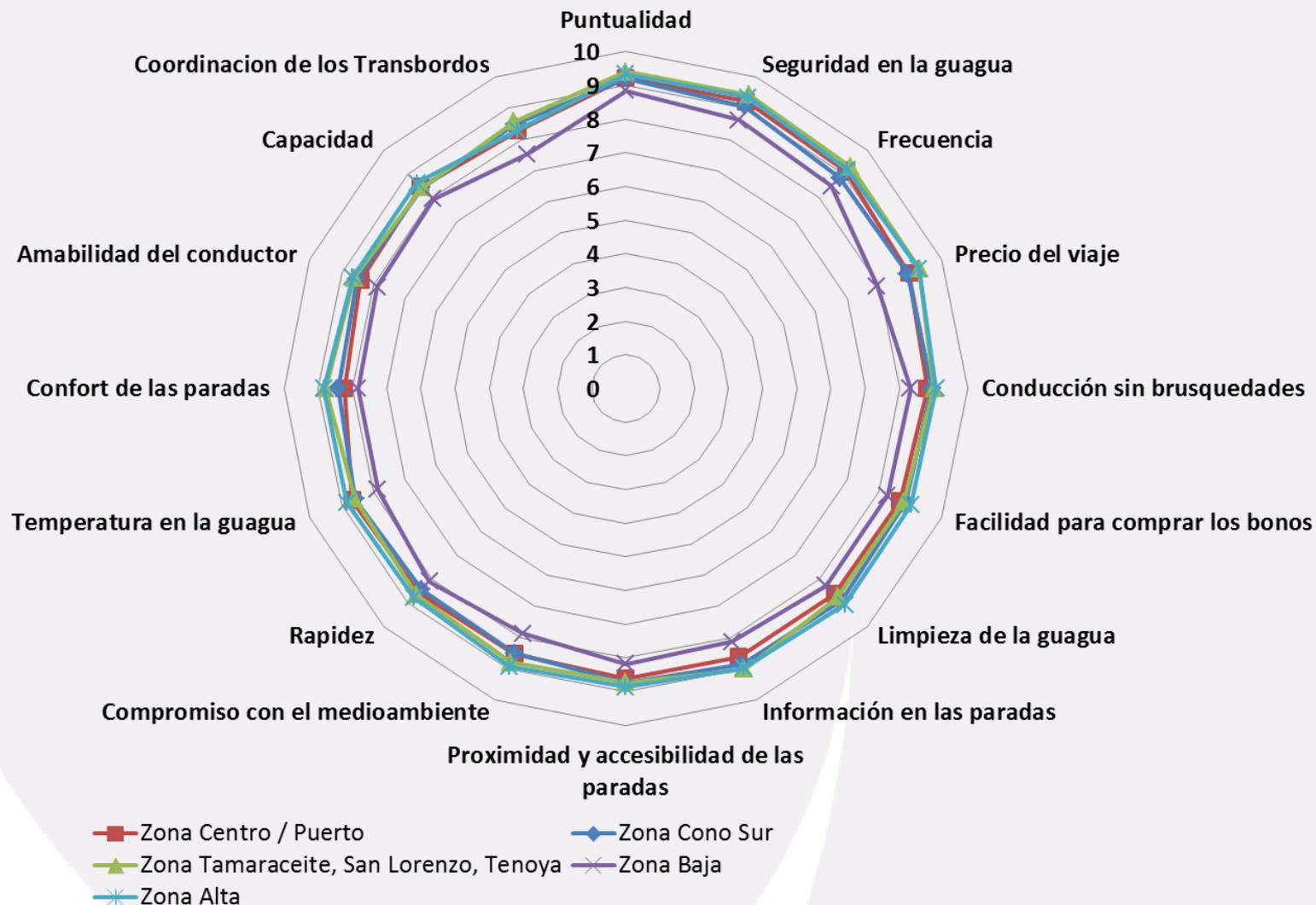
4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios: por zonas

IMPORTANCIA	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
Puntualidad	9,2	9,2	9,4	8,8	9,3	9,2
Seguridad en la guagua	9,2	9,1	9,4	8,6	9,4	9,2
Frecuencia	9,1	8,9	9,3	8,5	9,2	9,0
Precio del viaje	9,0	8,9	9,3	7,9	9,3	8,9
Conducción sin brusquedades	8,8	8,9	9,0	8,3	9,1	8,8
Facilidad para comprar los bonos	8,7	8,9	8,8	8,3	9,0	8,7
Limpieza de la guagua	8,6	8,9	8,8	8,3	9,1	8,7
Información en las paradas	8,6	8,9	9,0	8,1	9,0	8,7
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,6	8,7	8,7	8,2	8,9	8,6
Compromiso con el medioambiente	8,5	8,5	8,8	7,9	8,9	8,5
Rapidez	8,6	8,4	8,7	8,1	8,8	8,5
Temperatura en la guagua	8,7	8,6	8,6	7,9	8,8	8,5
Confort de las paradas	8,2	8,4	8,8	7,8	8,8	8,4
Amabilidad del conductor	8,4	8,5	8,6	7,9	8,7	8,4
Capacidad	8,5	8,4	8,4	8,0	8,6	8,4
Coordinación de los Transbordos	8,3	8,5	8,6	7,5	8,3	8,2

La Zona Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya y Zona Alta presentan de forma generalizada **expectativas mayores del servicio**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios: gráfica por zonas



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios: gráfica troncales / no troncales

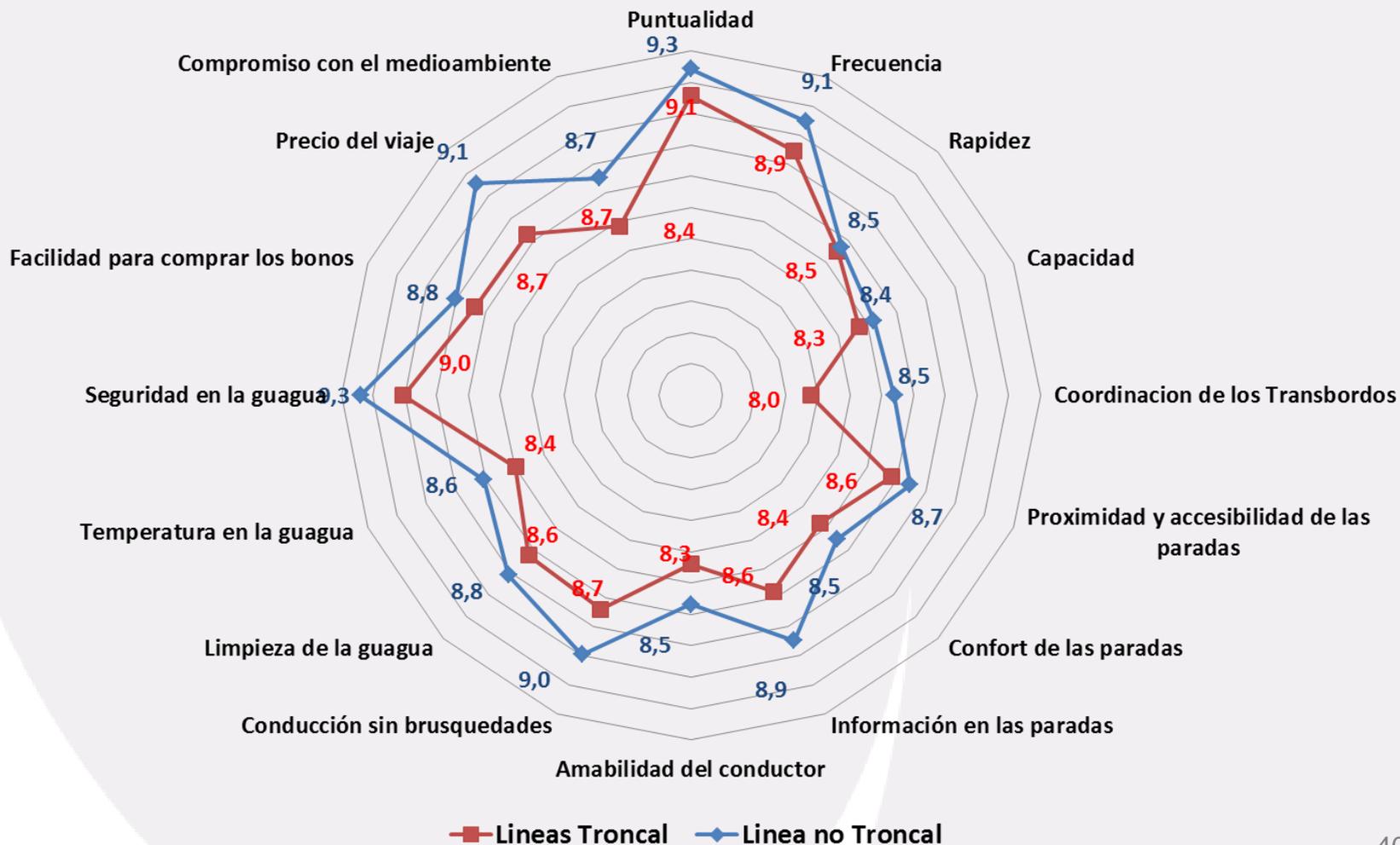
IMPORTANCIA	Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
Rapidez	8,5	8,5	-0,0
Capacidad	8,3	8,4	-0,1
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,6	8,7	-0,1
Facilidad para comprar los bonos	8,7	8,8	-0,1
Confort de las paradas	8,4	8,5	-0,1
Puntualidad	9,1	9,3	-0,2
Limpieza de la guagua	8,6	8,8	-0,2
Frecuencia	8,9	9,1	-0,2
Temperatura en la guagua	8,4	8,6	-0,2
Amabilidad del conductor	8,3	8,5	-0,3
Seguridad en la guagua	9,0	9,3	-0,3
Conducción sin brusquedades	8,7	9,0	-0,3
Compromiso con el medioambiente	8,4	8,7	-0,3
Información en las paradas	8,6	8,9	-0,3
Precio del viaje	8,7	9,1	-0,5
Coordinación de los Transbordos	8,0	8,5	-0,5

En todos los casos la valoración de la importancia es igual o menor en las líneas troncales que en las no troncales

* 1, 2, 12, 17, 21, 24, 33 Y 91

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.2. Importancia otorgada a las variables /expectativas de los usuarios: gráfica por troncales / no troncales



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: datos por variable

Valoración	Frecuencia
Facilidad para comprar los bonos	7,7
Puntualidad	7,6
Proximidad y accesibilidad de las paradas	7,6
Seguridad en la guagua	7,5
Amabilidad del conductor	7,5
Rapidez	7,3
Conducción sin brusquedades	7,3
Limpieza de la guagua	7,3
Información en las paradas	7,2
Frecuencia	7,2
PROMEDIO	7,1
Capacidad	7,0
Coordinación de los Transbordos	7,0
Confort de las paradas	6,9
Temperatura en la guagua	6,7
Compromiso con el medioambiente	6,4
Precio del viaje	5,3

**Puntuaciones superiores a 6,4
excepto el precio (5,3)**

Aspectos mejor valorados:

- Facilidad para comprar los bonos (7,7)
- la puntualidad (7,6)
- Proximidad y accesibilidad de paradas (7,6)

Aspectos peor valorados:

- Precio del billete (5,3)
- Compromiso con el medioambiente (6,4)
- Temperatura en la Guagua (6,7)

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: diferencia 2011-2013

Valoración	2013		2011		DIFERENCIA
	Orden	Puntuación	Orden	Puntuación	
Facilidad para comprar los bonos	1	7,75	3	7,60	0,1
Puntualidad	2	7,61	5	7,51	0,1
Proximidad y accesibilidad de las paradas	3	7,60	1	8,03	-0,4
Seguridad en la guagua	4	7,52	6	7,42	0,1
Amabilidad del conductor	5	7,47	2	7,87	-0,4
Rapidez	6	7,33	4	7,52	-0,2
Conducción sin brusquedades	7	7,33	7	7,37	0,0
Limpieza de la guagua	8	7,27	8	7,34	-0,1
Información en las paradas	9	7,23	15	6,51	0,7
Frecuencia	10	7,21	10	7,23	0,0
PROMEDIO	11	7,10	11	7,2	-0,1
Capacidad	12	7,04	9	7,33	-0,3
Coordinación de los Transbordos	13	6,98	12	7,17	-0,2
Confort de las paradas	14	6,87	13	7,09	-0,2
Temperatura en la guagua	15	6,71	14	6,88	-0,2
Compromiso con el medioambiente	16	6,42	17	6,27	0,1
Precio del viaje	17	5,30	16	6,42	-1,1

La valoración de la información en las paradas ha mejorado superando los siete puntos.

La valoración del precio ha disminuido por debajo de los seis puntos

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: datos por zona

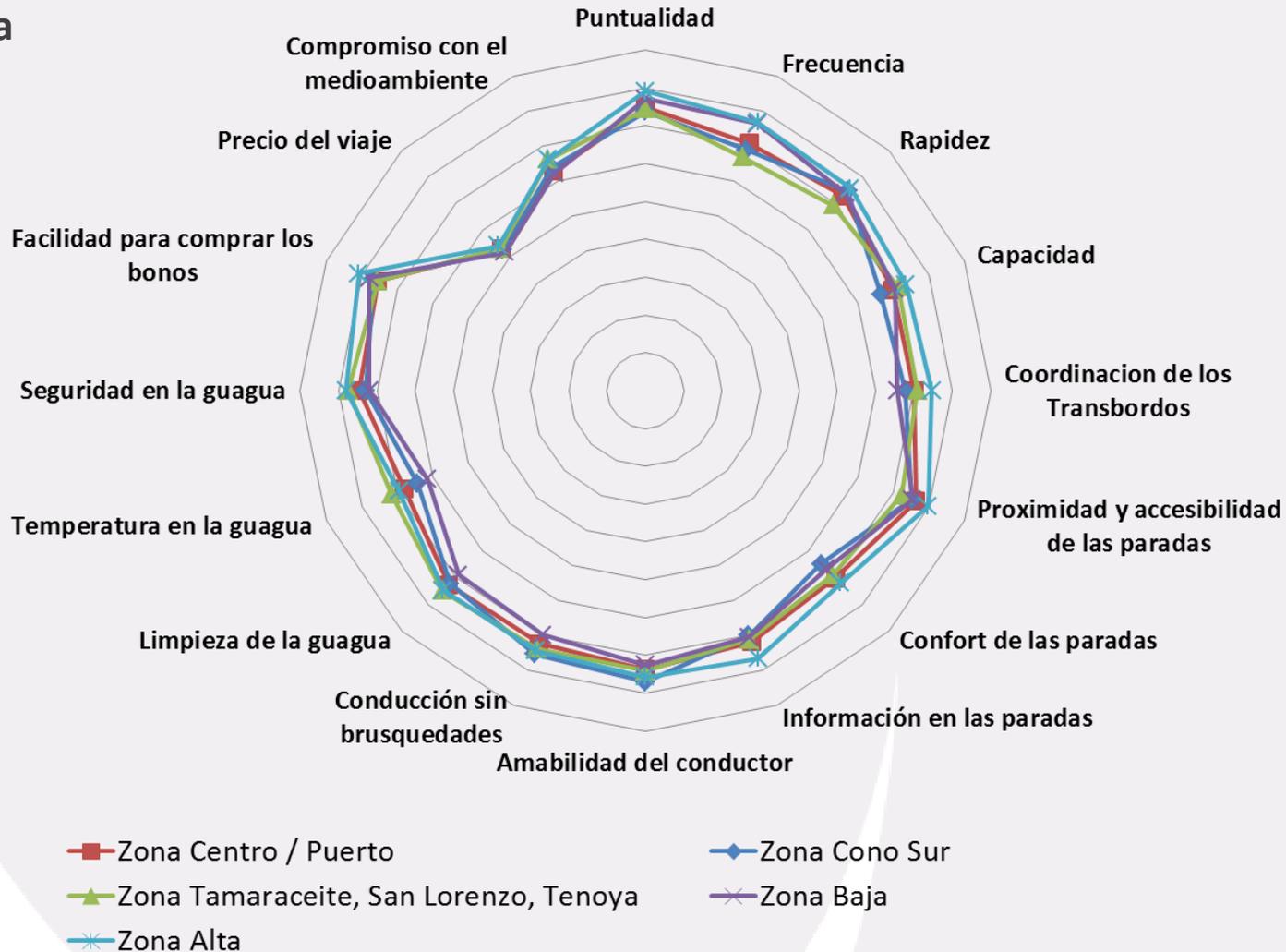
VALORACION	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
Puntualidad	7,5	7,4	7,4	7,7	7,9	7,6
Frecuencia	7,1	6,9	6,7	7,6	7,7	7,2
Rapidez	7,3	7,5	6,9	7,4	7,6	7,3
Capacidad	7,0	6,6	7,2	7,0	7,3	7,0
Coordinacion de los Transbordos	7,0	6,8	7,1	6,6	7,5	7,0
Proximidad y accesibilidad de las paradas	7,6	7,5	7,2	7,5	8,0	7,6
Confort de las paradas	7,0	6,5	6,9	6,7	7,2	6,9
Información en las paradas	7,2	7,0	7,1	7,1	7,7	7,2
Amabilidad del conductor	7,4	7,7	7,4	7,3	7,6	7,5
Conducción sin brusquedades	7,2	7,5	7,4	7,0	7,5	7,3
Limpieza de la guagua	7,3	7,2	7,5	6,9	7,5	7,3
Temperatura en la guagua	6,8	6,4	7,2	6,2	7,0	6,7
Seguridad en la guagua	7,5	7,3	7,8	7,2	7,8	7,5
Facilidad para comprar los bonos	7,6	7,7	7,6	7,8	8,1	7,7
Precio del viaje	5,3	5,3	5,3	5,2	5,4	5,3
Compromiso con el medioambiente	6,3	6,4	6,6	6,2	6,6	6,4
PROMEDIO	7,1	7,0	7,1	7,0	7,4	7,1

La Zona Alta presenta, de forma generalizada, valoraciones del servicio mejores, mientras que el Cono Sur y Zona Baja, las presentan peores.

Las diferencias son en general leves.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: gráfico de datos por zona



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

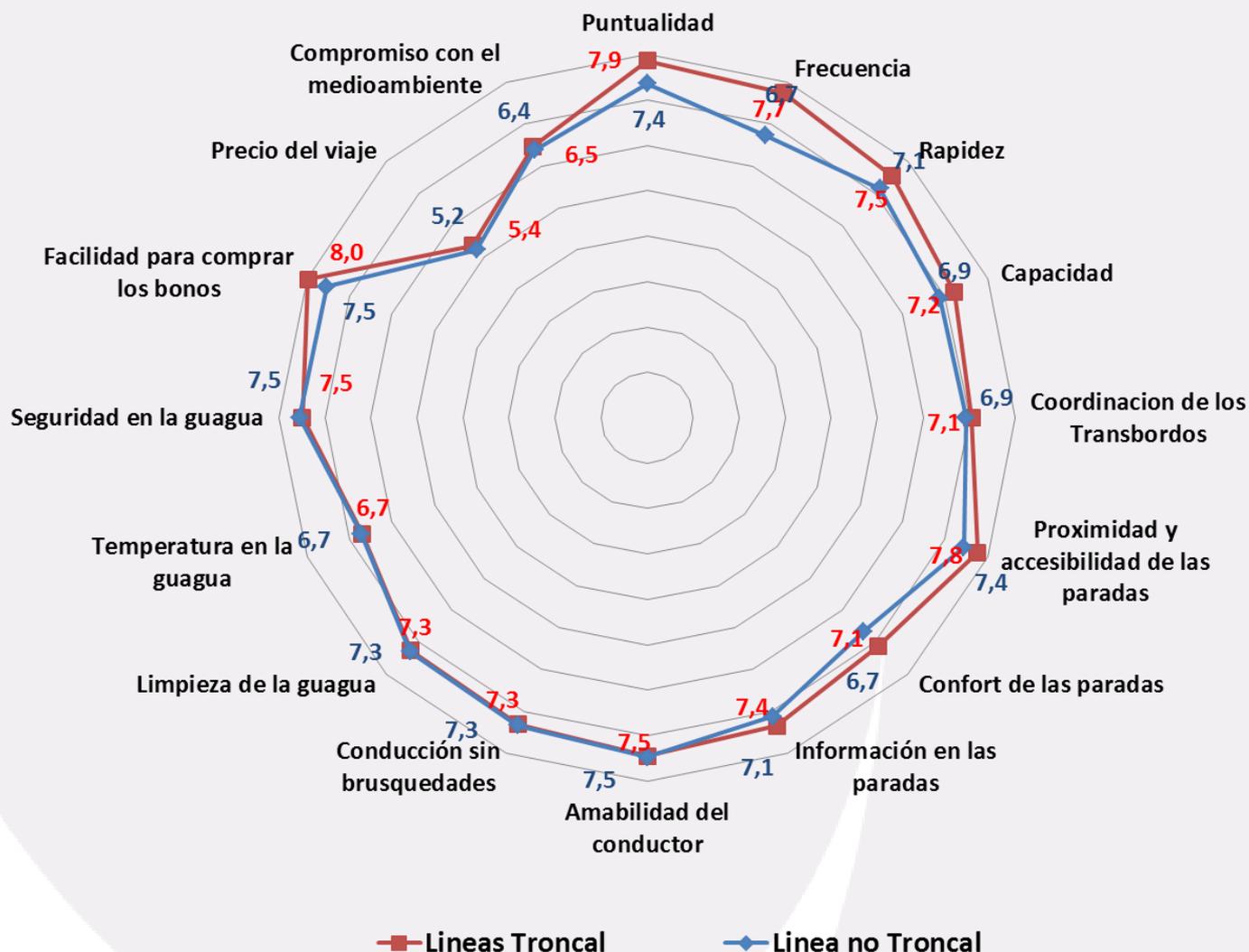
4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: gráfico líneas troncales / no troncales

VALORACIÓN	Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
Frecuencia	7,74	6,73	1,01
Puntualidad	7,87	7,37	0,50
Confort de las paradas	7,11	6,65	0,46
Facilidad para comprar los bonos	7,98	7,54	0,44
Rapidez	7,53	7,15	0,38
Capacidad	7,23	6,88	0,35
Proximidad y accesibilidad de las paradas	7,76	7,45	0,31
Información en las paradas	7,35	7,12	0,23
Coordinacion de los Transbordos	7,05	6,92	0,13
Precio del viaje	5,37	5,24	0,13
Compromiso con el medioambiente	6,46	6,38	0,08
Limpieza de la guagua	7,26	7,28	-0,02
Conducción sin brusquedades	7,31	7,34	-0,02
Amabilidad del conductor	7,45	7,48	-0,03
Temperatura en la guagua	6,70	6,73	-0,03
Seguridad en la guagua	7,49	7,55	-0,06

Prácticamente todas las variables son mejor valoradas en las líneas troncales.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.3. Valoración otorgada a las variables/ percepción de los usuarios: gráfico líneas troncales / no troncales



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: tabla de las variables

SATISFACCIÓN	Importancia		Valoración		DIFERENCIA
	Puntuación	Posición	Puntuación	Posición	
Precio del viaje	8,89	4	5,30	16	3,59
Compromiso con el medioambiente	8,54	10	6,42	15	2,12
Temperatura en la guagua	8,51	12	6,71	14	1,79
Frecuencia	9,00	3	7,21	10	1,78
Seguridad en la guagua	9,15	2	7,52	4	1,63
Puntualidad	9,20	1	7,61	2	1,60
PROMEDIO	8,69		7,10		1,58
Confort de las paradas	8,43	13	6,87	13	1,56
Conducción sin brusquedades	8,8	5	7,3	7	1,52
Información en las paradas	8,73	8	7,23	9	1,50
Limpieza de la guagua	8,74	7	7,27	8	1,47
Capacidad	8,40	15	7,04	11	1,35
Coordinación de los Transbordos	8,23	16	6,98	12	1,25
Rapidez	8,52	11	7,33	6	1,19
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,64	9	7,60	3	1,04
Facilidad para comprar los bonos	8,74	6	7,75	1	0,99
Amabilidad del conductor	8,41	14	7,47	5	0,95

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción de los usuarios por variable: tabla resumen

SATISFACCIÓN = IMPORTANCIA (Expectativas) – VALORACION (Percepción)

SATISFACCIÓN	Importancia	Valoración	DIFERENCIA
Precio del viaje	8,89	5,30	3,59
Compromiso con el medioambiente	8,54	6,42	2,12
Temperatura en la guagua	8,51	6,71	1,79
Frecuencia	9,00	7,21	1,78
Seguridad en la guagua	9,15	7,52	1,63
Puntualidad	9,20	7,61	1,60
PROMEDIO	8,69	7,10	1,58
Confort de las paradas	8,43	6,87	1,56
Conducción sin brusquedades	8,8	7,3	1,52
Información en las paradas	8,73	7,23	1,50
Limpieza de la guagua	8,74	7,27	1,47
Capacidad	8,40	7,04	1,35
Coordinación de los Transbordos	8,23	6,98	1,25
Rapidez	8,52	7,33	1,19
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,64	7,60	1,04
Facilidad para comprar los bonos	8,74	7,75	0,99
Amabilidad del conductor	8,41	7,47	0,95

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: puntualidad

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Puntualidad	9,20	1	7,61	2	1,60

Coherencia entre la importancia y la valoración

La puntualidad es la variable que los encuestados han considerado como más importante, siendo a su vez la segunda mejor valorada

**Variable muy importante y con un diferencial moderado (-1,6)
entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: seguridad

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Seguridad en la guagua	9,15	2	7,52	4	1,63

Coherencia entre la importancia y la valoración

La Seguridad es la segunda variable que los encuestados han considerado como más importante. A su vez es la cuarta mejor valorada

Variable muy importante y con un diferencial moderado (-1,63) entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: frecuencia

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Frecuencia	9,00	3	7,21	10	1,78

Gran diferencia entre importancia y valoración

La Frecuencia de paso de la guagua paradas es la tercera variable más importante para los usuarios, por el contrario es la décima variable en cuanto a valoración.

Variable muy importante para los usuarios con diferencial significativo (-1,78) entre la importancia y la valoración
BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: precio del viaje

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Precio del viaje	8,89	4	5,30	16	3,59

Gran diferencia entre importancia y valoración

En el caso del precio, se da una gran diferencia entre la importancia (4) y la valoración (16).

Variable importante para los usuarios con gran diferencia (-3,59) entre la importancia y la valoración
BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: conducción

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Conducción sin brusquedades	8,8	5	7,3	7	1,52

Coherencia entre la importancia y la valoración

La conducción sin brusquedades presenta una posición ligeramente superior en cuanto a la importancia (5) con respecto a la valoración (7)

**Variable importante y con un diferencial moderado (-1,52)
entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: facilidad para comparar bonos

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Facilidad para comprar los bonos	8,74	6	7,75	1	0,99

Diferencia modelada entre la importancia y la valoración

La Facilidad para comprar bonos es la variable mejor valorada, aunque se encuentra en la sexta posición entre las variables más importante.

Variable importante y con diferencial moderado (-0,99) entre la importancia y la valoración
BUEN NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: limpieza de la guagua

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Limpieza de la guagua	8,74	7	7,27	8	1,47

Coherencia entre la importancia y la valoración

La Limpieza de la guagua presenta una posición similar en cuanto a la importancia (7) con respecto a la valoración (8)

Variable importante y con un moderado diferencial (-1,47) entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: información en las paradas

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Información en las paradas	8,73	8	7,23	9	1,50

Coherencia entre la importancia y la valoración

La Información en las Paradas presenta una posición ligeramente superior en cuanto a la importancia (8) con respecto a la valoración (9)

Variable importante y con un moderado diferencial (-1,5) entre la importancia y la valoración, próximo a la media.
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: proximidad y accesibilidad de las paradas

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Proximidad y accesibilidad de las paradas	8,64	9	7,60	3	1,04

Diferencia moderada entre la importancia y la valoración

La Proximidad y accesibilidad de las Paradas se encuentra entre las más valoradas (3) aunque se encuentra en la novena posición en cuanto a importancia.

Variable poco importante y con diferencial moderado (-1,04) entre la importancia y la valoración
BUEN NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: compromiso con el medioambiente

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Compromiso con el medioambiente	8,54	10	6,42	15	2,12

Coherencia entre la importancia y la valoración

El Compromiso con el medio ambiente es uno de los aspectos peor valorados (15), aunque su importancia también es limitada (10)

Variable poco importante y con un importante diferencial (-2,12) entre la importancia y la valoración
BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: rapidez

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Rapidez	8,52	11	7,33	6	1,19

Diferencia moderada entre la importancia y la valoración

La Rapidez es una variable bien valorada para los usuarios (6) , si bien es de las variables menos importante (11).

Variable poco importante y con diferencial moderado (-1,19) entre la importancia y la valoración
BUEN NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: temperatura en la guagua

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Temperatura en la guagua	8,51	12	6,71	14	1,79

Coherencia entre la importancia y la valoración

La temperatura en la Guagua es uno de los aspectos peor valorados (14) aunque su importancia también es limitada (12)

Variable poco importante y con un importante diferencial (-1,79) entre la importancia y la valoración
BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: confort de las paradas

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Confort de las paradas	8,43	13	6,87	13	1,56

Coherencia total la importancia y la valoración

El Confort de las Paradas tiene la misma posición en cuanto a importancia (13) y valoración (13)

La Variable es poco importante y con un moderado diferencial (-1,56) entre la importancia y la valoración
BAJO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: amabilidad del conductor

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Amabilidad del conductor	8,41	14	7,47	5	0,95

Gran diferencia entre importancia y valoración

En el caso de la Amabilidad del conductor, se da una gran diferencia entre la importancia (14) y la valoración (5).

Variable poco importante y con diferencial moderado (-0,95) entre la importancia y la valoración
BUEN NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: capacidad de la guagua

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Capacidad	8,40	15	7,04	11	1,35

Coherencia total la importancia y la valoración

La Capacidad de las guaguas tienen posiciones similares en cuanto a importancia (15) y valoración (11)

La Variable es poco importante y con un moderado diferencial (-1,35) entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia expectativa-percepción) con la variable: coordinación de los transbordos

SATISFACCIÓN	Importancia	Posición	Valoración	Posición	DIFERENCIA
Coordinacion de los Transbordos	8,23	16	6,98	12	1,25

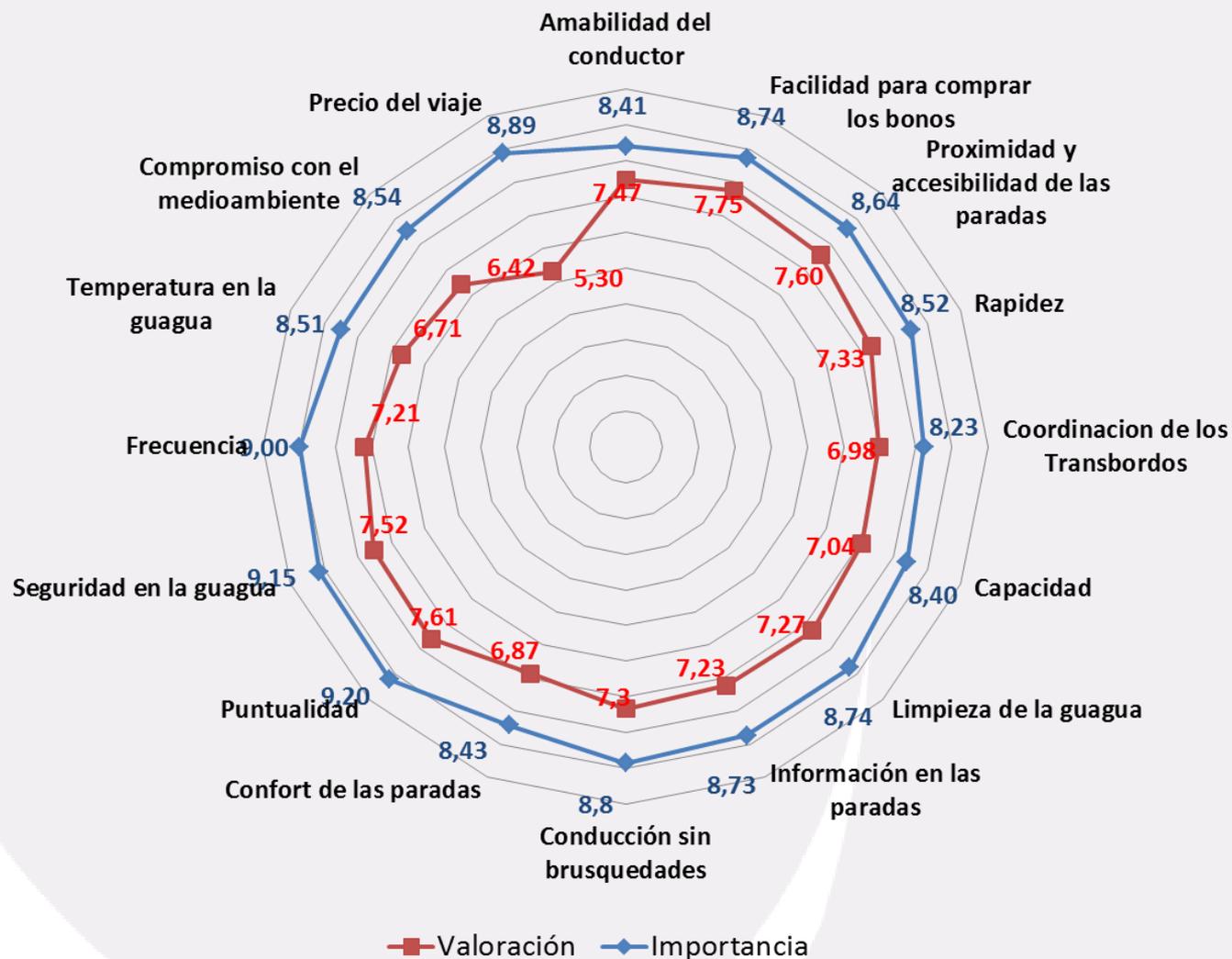
Coherencia entre la importancia y la valoración

La Coordinación de los Transbordos es una variable valorada en la posición 12 mientras que se sitúa en la última posición en cuanto a su importancia.

Variable poco importante y con un moderado diferencial (-1,4) entre la importancia y la valoración
MODERADO NIVEL DE SATISFACCIÓN

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.4. Satisfacción (distancia importancia/expectativa con la valoración/ percepción) : gráfica resumen de las variables



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

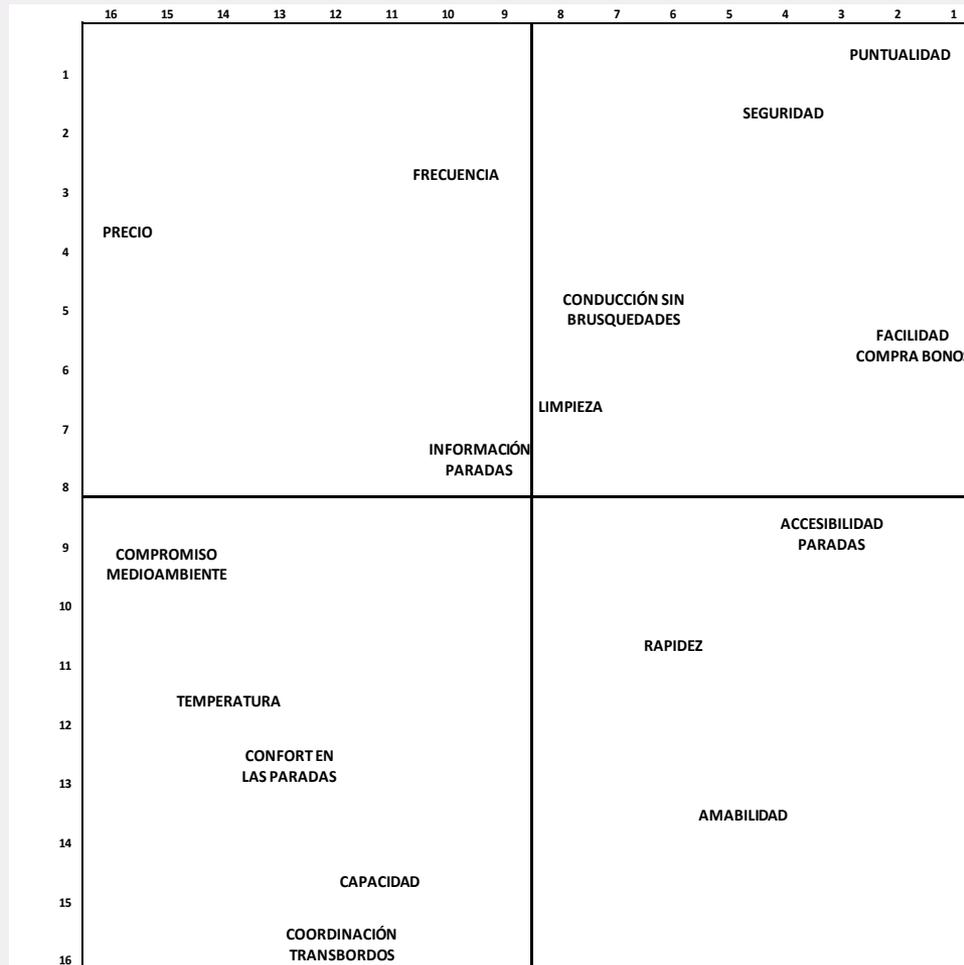
4.4. Satisfacción (distancia importancia con la valoración) : grafico cuadrante crítico

Variables consideradas entre la **más importantes** y con **valoraciones más bajas**:

- Precio
- Frecuencia

Variables consideradas entre la **menos importantes** y con **valoraciones más bajas**:

- Capacidad
- Coordinación transbordos



Variables consideradas entre la **más importantes** y con **valoraciones más altas**:

- Puntualidad
- Seguridad

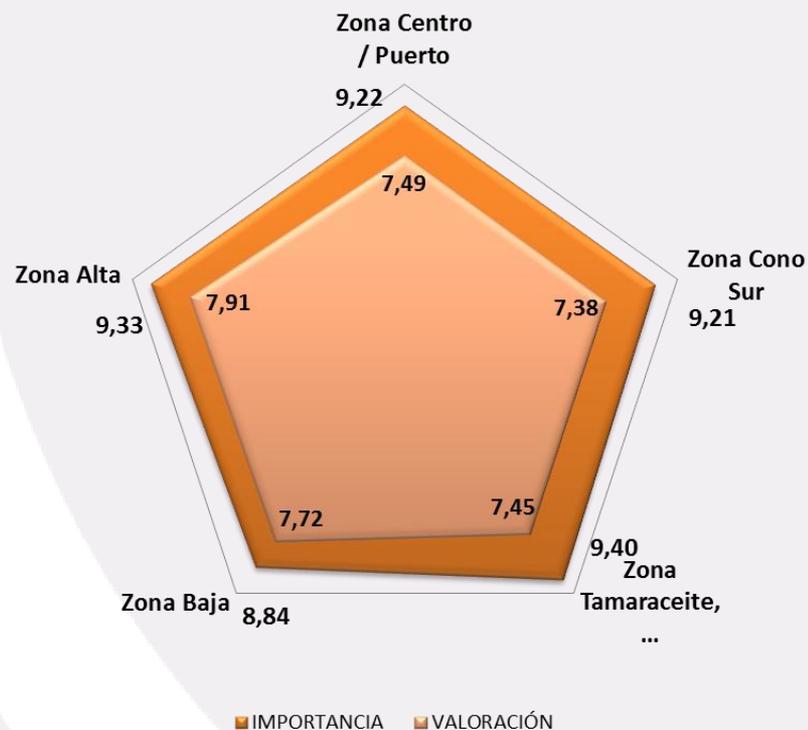
Variables consideradas entre la **menos importantes** y con **valoraciones más altas**:

- Accesibilidad paradas
- Rapidez
- Amabilidad

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: puntualidad

Puntualidad	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	9,22	9,21	9,40	8,84	9,33	9,20
VALORACIÓN	7,49	7,38	7,45	7,72	7,91	7,61
DIFERENCIA	1,73	1,82	1,96	1,12	1,42	1,60

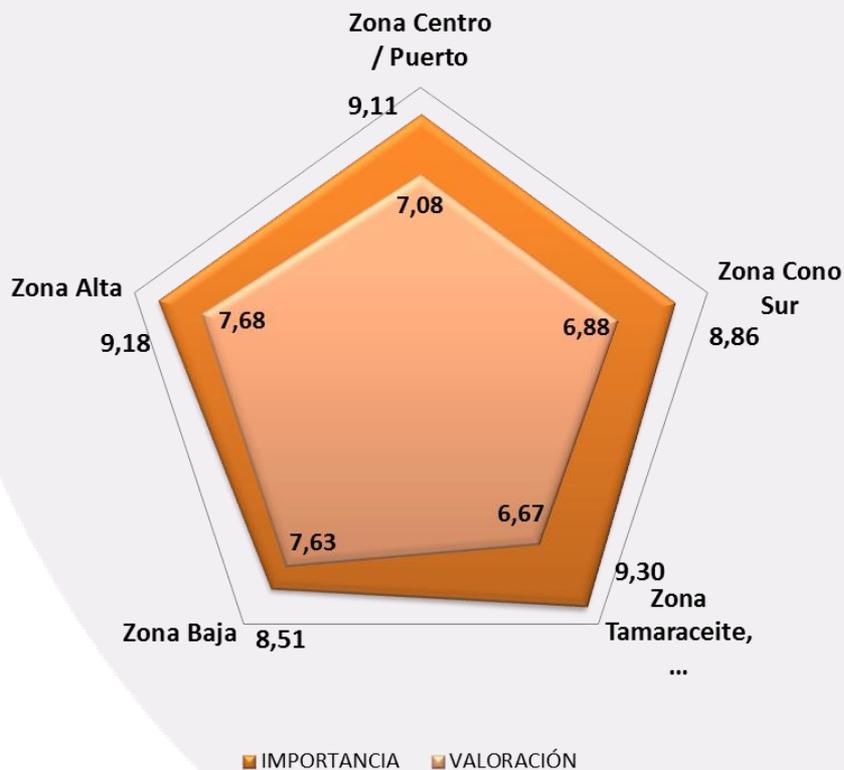


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las **zona de Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**, mientras que la **menor en la Zona baja**,

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: frecuencia

Frecuencia	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	9,11	8,86	9,30	8,51	9,18	9,00
VALORACIÓN	7,08	6,88	6,67	7,63	7,68	7,21
DIFERENCIA	2,03	1,98	2,63	0,88	1,50	1,78

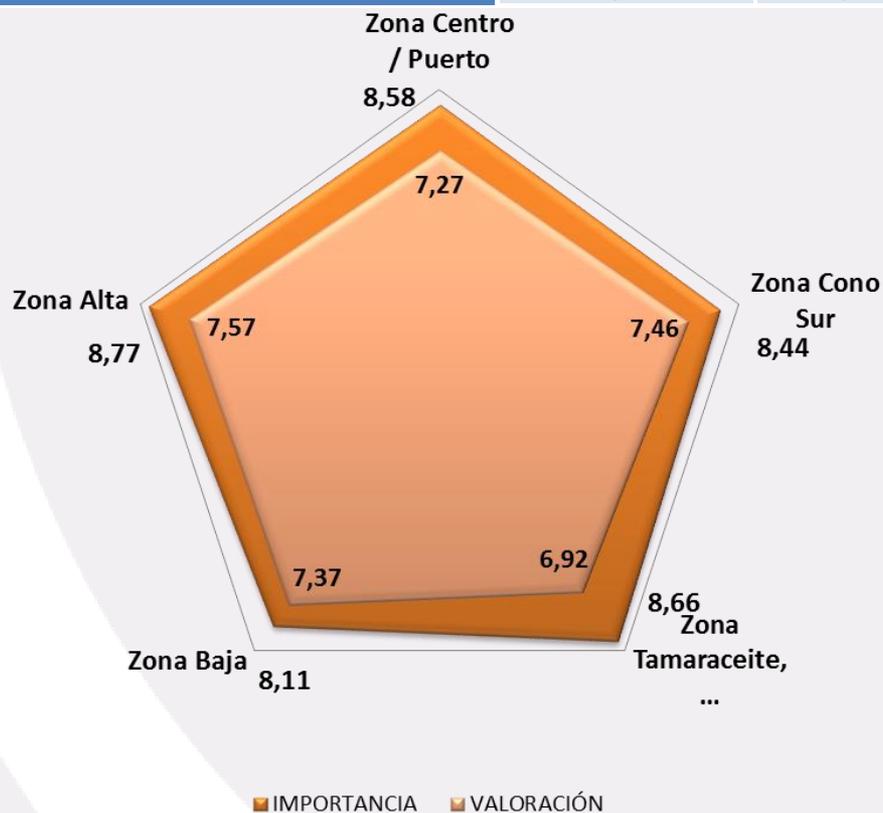


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las **zona de Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**, mientras que la **menor** en la **Zona baja**,

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: rapidez

Rapidez	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,58	8,44	8,66	8,11	8,77	8,52
VALORACIÓN	7,27	7,46	6,92	7,37	7,57	7,33
DIFERENCIA	1,31	0,98	1,74	0,74	1,20	1,19

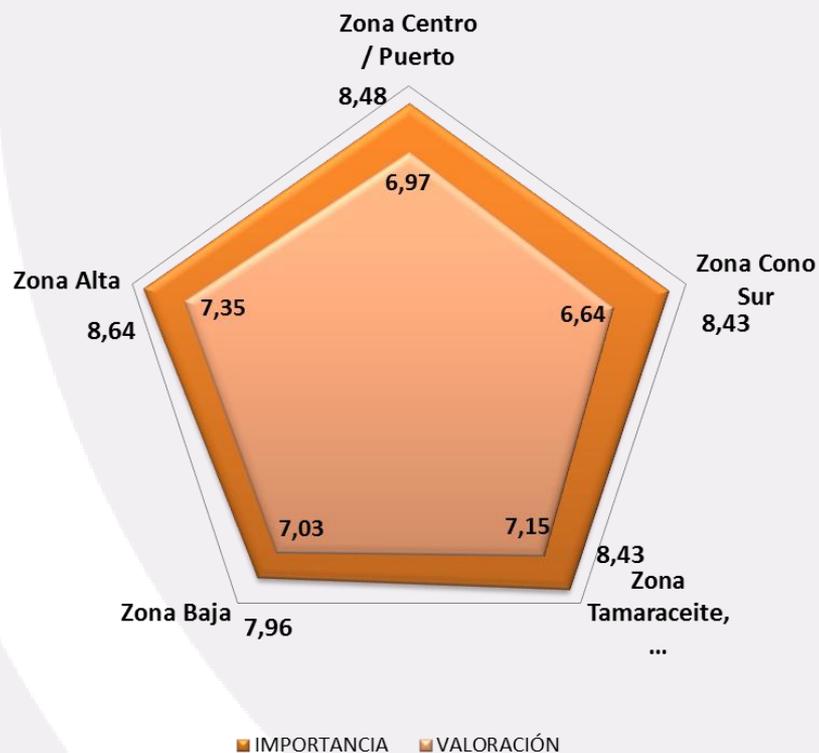


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las **zona de Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**, mientras que la **menor** en la **Zona baja**,

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: capacidad de la guagua

Capacidad	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,48	8,43	8,43	7,96	8,64	8,40
VALORACIÓN	6,97	6,64	7,15	7,03	7,35	7,04
DIFERENCIA	1,51	1,79	1,28	0,92	1,29	1,35

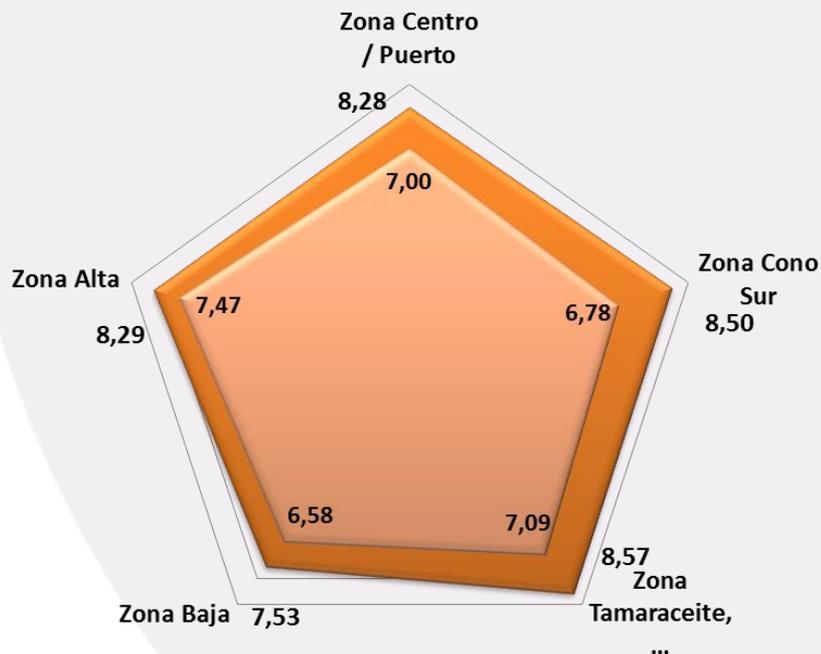


La mayor diferencia entre importancia y valoración se da en la Zona Cono Sur, mientras que la menor se da en la zona Baja.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: coordinación de los transbordos

Coordinación de los Transbordos	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,28	8,50	8,57	7,53	8,29	8,23
VALORACIÓN	7,00	6,78	7,09	6,58	7,47	6,98
DIFERENCIA	1,28	1,72	1,48	0,95	0,82	1,25

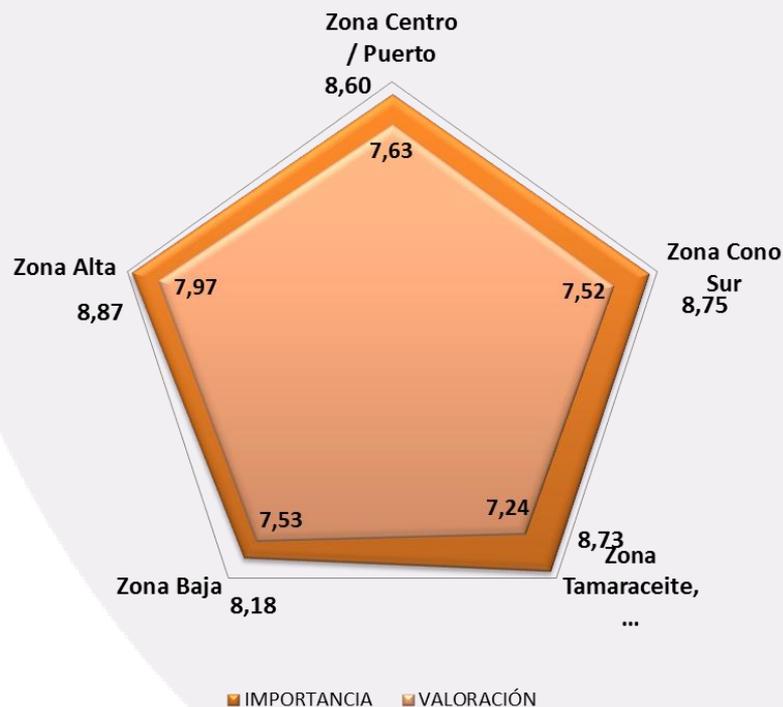


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en Cono Sur. Mientras que la **menor** se da en la **Zona Alta**.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: proximidad y accesibilidad

Proximidad y accesibilidad de las paradas	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,60	8,75	8,73	8,18	8,87	8,63
VALORACIÓN	7,63	7,52	7,24	7,53	7,97	7,60
DIFERENCIA	0,97	1,23	1,49	0,64	0,89	1,03

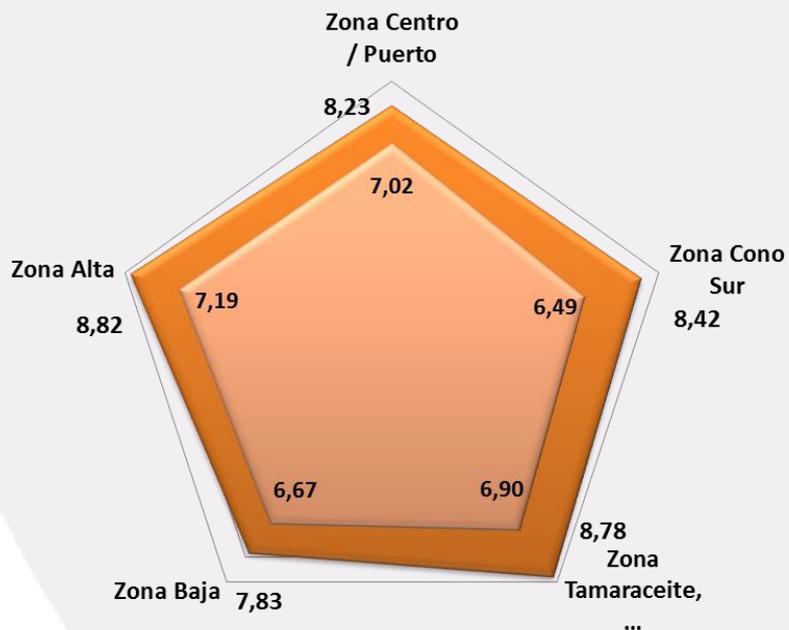


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en la zona de **Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**, mientras que en **la zona baja la menor**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: confort de las paradas

Confort de las paradas	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,23	8,42	8,78	7,83	8,82	8,43
VALORACIÓN	7,02	6,49	6,90	6,67	7,19	6,87
DIFERENCIA	1,21	1,93	1,88	1,16	1,63	1,56

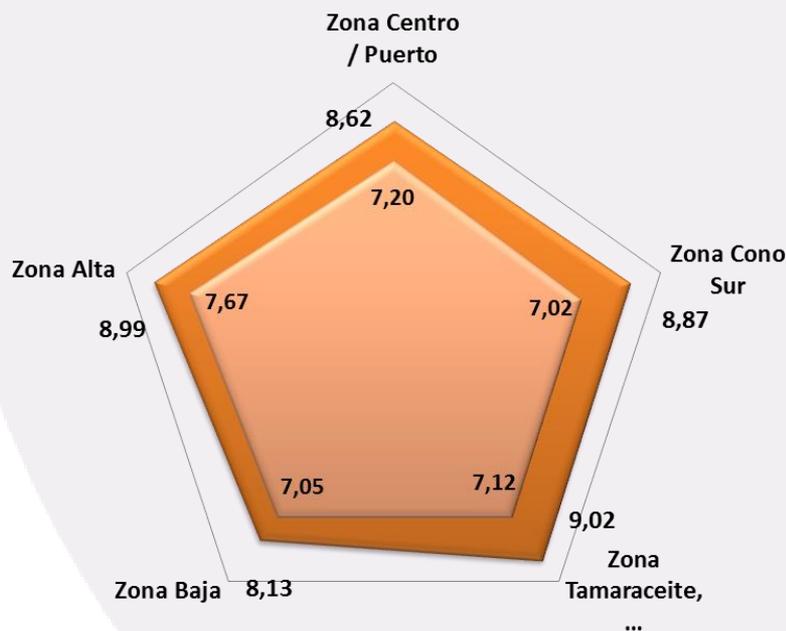


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en la **zona del Cono Sur**, mientras que la **menor** se da en la **zona Baja**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: información en las paradas

Información en las paradas	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,62	8,87	9,02	8,13	8,99	8,73
VALORACIÓN	7,20	7,02	7,12	7,05	7,67	7,23
DIFERENCIA	1,42	1,85	1,90	1,08	1,32	1,50

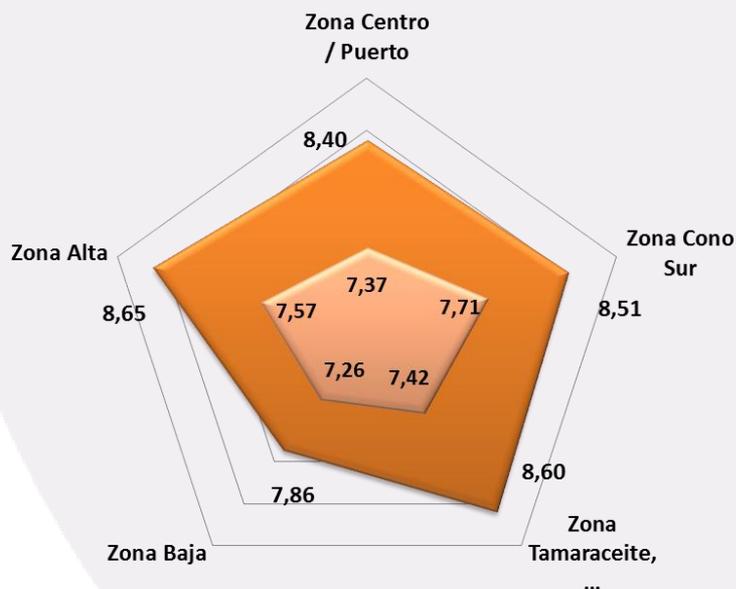


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las zonas del **Cono Sur y Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya Alta**, mientras que la **menor** en la **zona Baja**.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: amabilidad del conductor

Amabilidad del conductor	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,40	8,51	8,60	7,86	8,65	8,41
VALORACIÓN	7,37	7,71	7,42	7,26	7,57	7,47
DIFERENCIA	1,03	0,81	1,19	0,60	1,08	,95

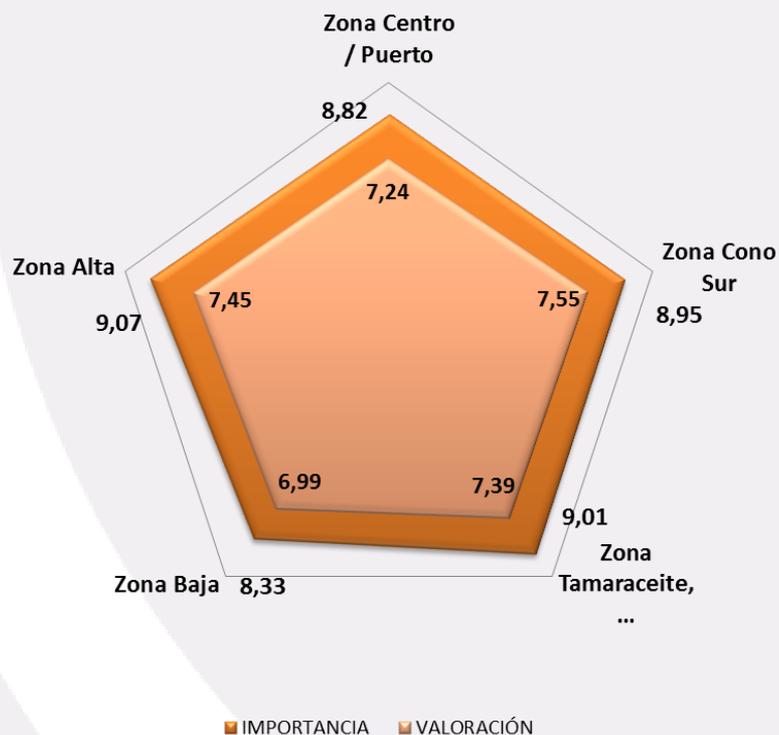


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en la **zona de Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**, y la **menor** en la **zona Baja**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: conducción sin brusquedad

Conducción sin brusquedades	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,82	8,95	9,01	8,33	9,07	8,84
VALORACIÓN	7,24	7,55	7,39	6,99	7,45	7,33
DIFERENCIA	1,58	1,40	1,62	1,34	1,62	1,52

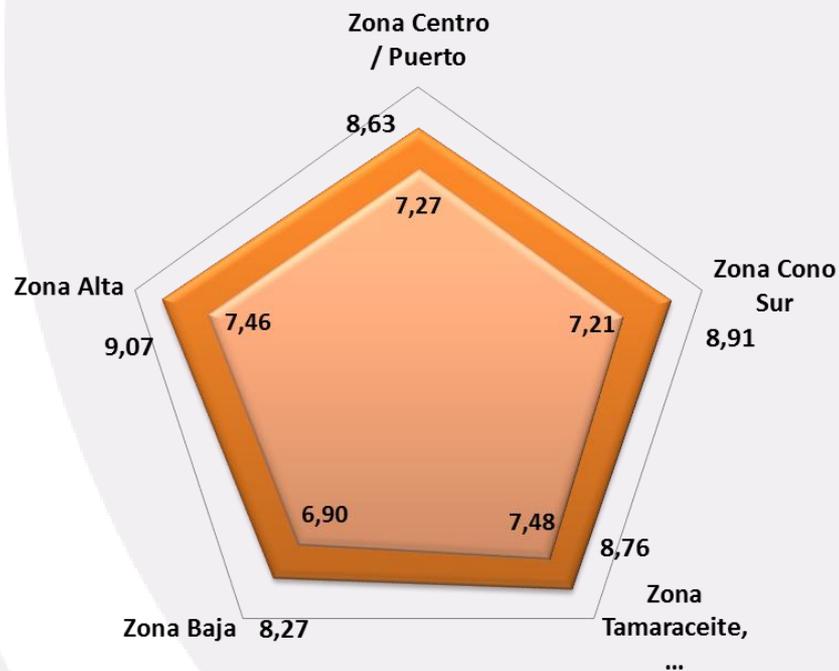


Las **mayores diferencias** entre importancia y valoración se da en las zonas de **Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya y Centro/Puerto**, mientras que la **menor** se da en la **zona Baja**.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: limpieza de la guagua

Limpieza de la guagua	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,63	8,91	8,76	8,27	9,07	8,74
VALORACIÓN	7,27	7,21	7,48	6,90	7,46	7,27
DIFERENCIA	1,36	1,70	1,27	1,38	1,60	1,47

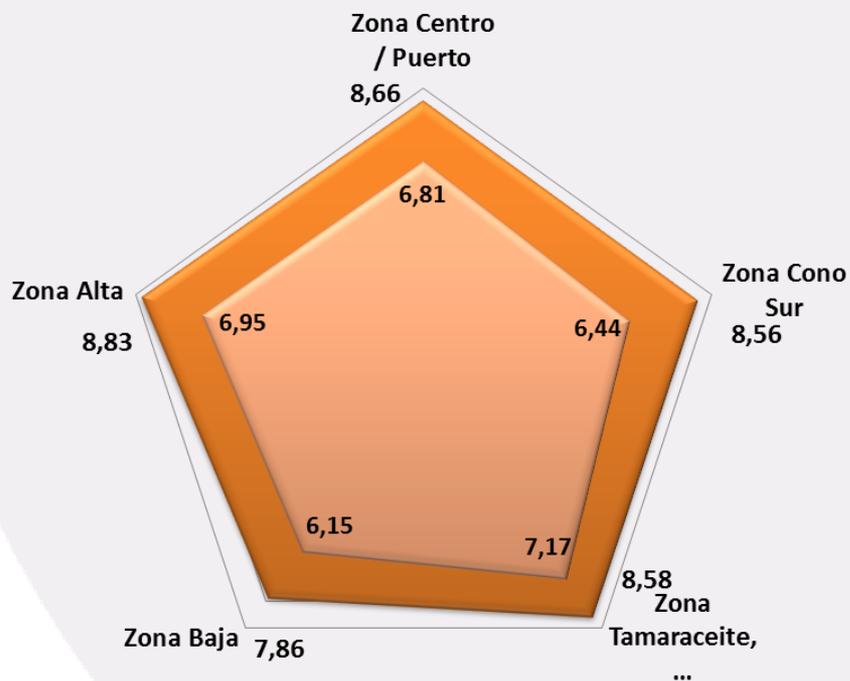


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en la **zona del Cono Sur**, mientras que la **menor se da** en la zona de **Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya.**

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: temperatura en la guagua

Temperatura en la guagua	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,66	8,56	8,58	7,86	8,83	8,51
VALORACIÓN	6,81	6,44	7,17	6,15	6,95	6,71
DIFERENCIA	1,84	2,12	1,41	1,70	1,88	1,79

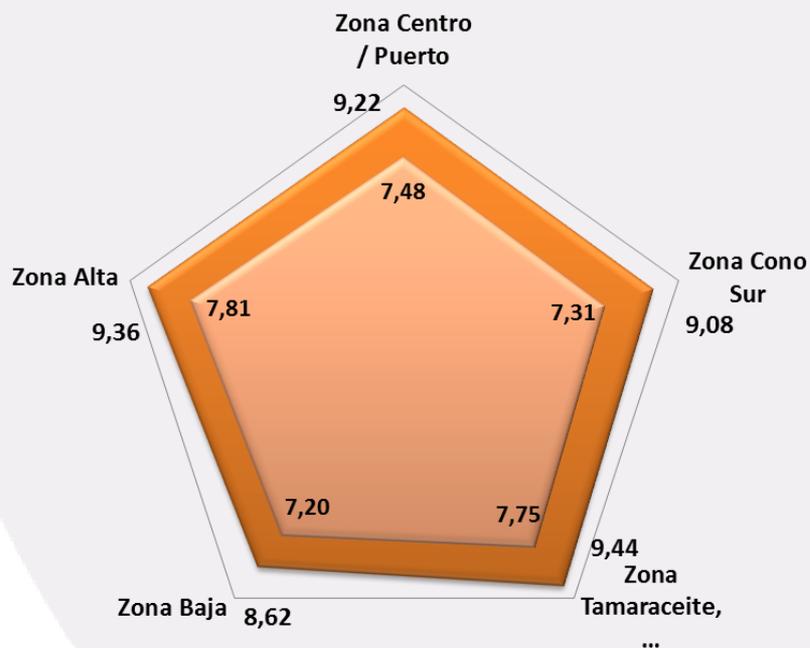


La **mayor diferencia** entre importancia y satisfacción se da en el **Cono Sur**, siendo **menor** la diferencia en la zona **Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya**.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: seguridad en la guagua

Seguridad en la guagua	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	9,22	9,08	9,44	8,62	9,36	9,15
VALORACIÓN	7,48	7,31	7,75	7,20	7,81	7,52
DIFERENCIA	1,74	1,77	1,69	1,42	1,55	1,63

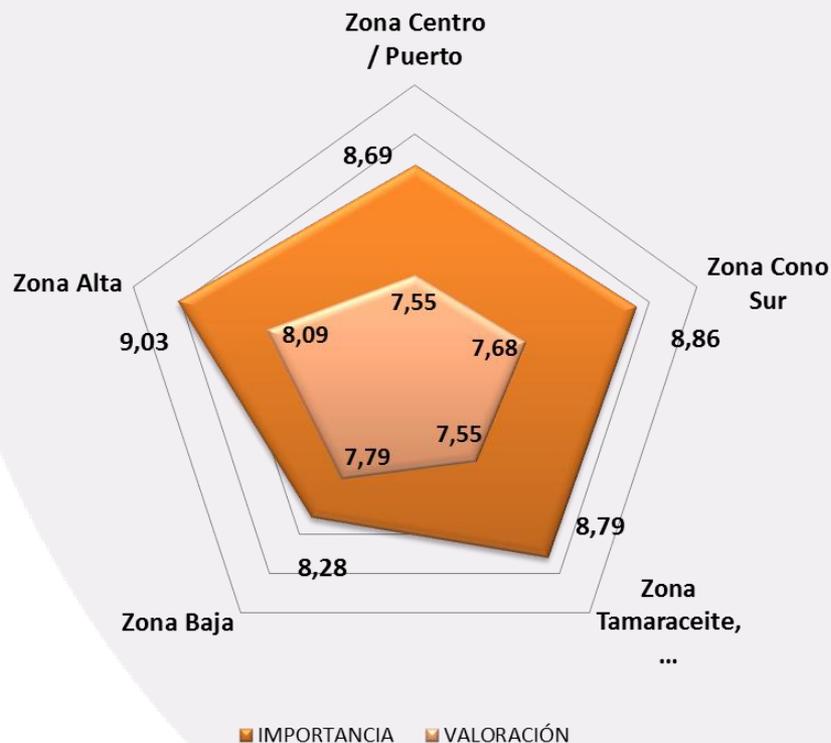


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las **zonas del Cono Sur y Centro/Puerto**, y la **menor** en la **Baja**.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: facilidad para comprar los bonos

Facilidad para comprar los bonos	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,69	8,86	8,79	8,28	9,03	8,74
VALORACIÓN	7,55	7,68	7,55	7,79	8,09	7,75
DIFERENCIA	1,14	1,18	1,24	0,50	0,94	,99

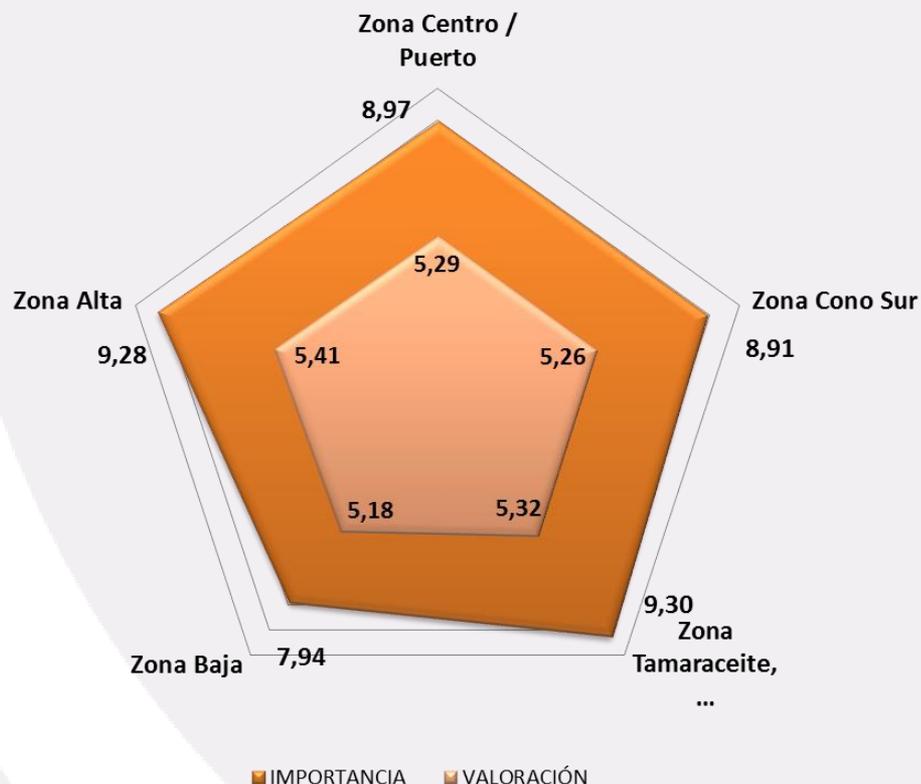


La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en de **Tamaraceite, San Lorenzo**, y la **menor** en la zona Baja.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: precio del viaje

Precio del viaje	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,97	8,91	9,30	7,94	9,28	8,89
VALORACIÓN	5,29	5,26	5,32	5,18	5,41	5,30
DIFERENCIA	3,67	3,65	3,97	2,77	3,87	3,59



La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en la zona de **Tamaraceite, San Lorenzo Tenoya**, mientras que la **menor** se da en la zona Baja.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: compromiso con el medioambiente

Compromiso con el medioambiente	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
IMPORTANCIA	8,52	8,51	8,80	7,88	8,93	8,54
VALORACIÓN	6,27	6,38	6,61	6,21	6,61	6,42
DIFERENCIA	2,25	2,13	2,19	1,67	2,32	2,12



La **mayor diferencia** entre importancia y valoración se da en las **zonas Alta y Centro/Puerto**, mientras que la **menor** se da en la zona Baja.

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

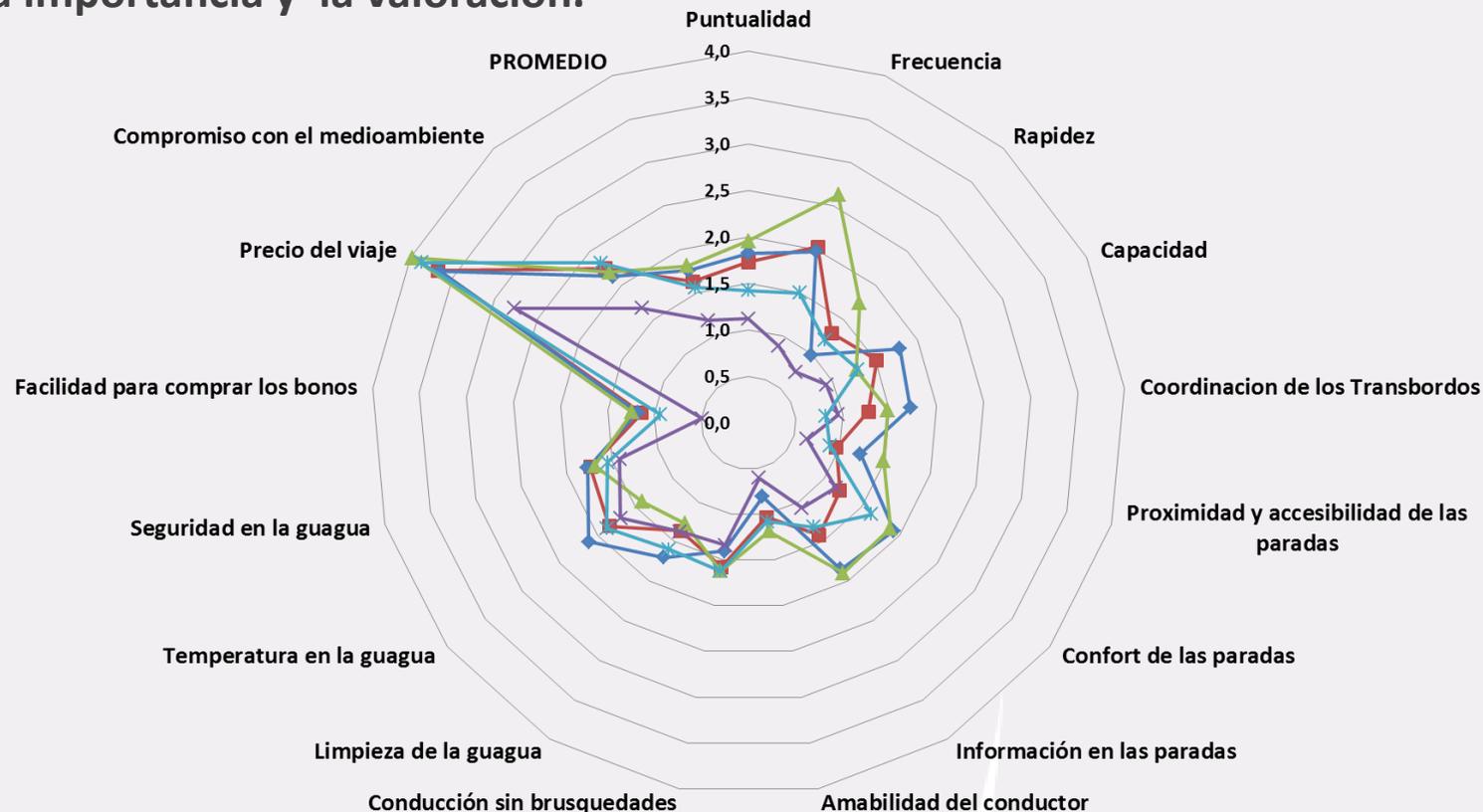
4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: tabla resumen de diferencias entre la importancia y la valoración.

SATISFACCION	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta	GLOBAL
Amabilidad del conductor	1,03	0,81	1,19	0,60	1,08	0,95
Facilidad para comprar los bonos	1,14	1,18	1,24	0,50	0,94	0,99
Proximidad y accesibilidad de las paradas	0,97	1,23	1,49	0,64	0,89	1,03
Rapidez	1,31	0,98	1,74	0,74	1,20	1,19
Coordinacion de los Transbordos	1,28	1,72	1,48	0,95	0,82	1,25
Capacidad	1,51	1,79	1,28	0,92	1,29	1,35
Limpieza de la guagua	1,36	1,70	1,27	1,38	1,60	1,47
Información en las paradas	1,42	1,85	1,90	1,08	1,32	1,50
Conducción sin brusquedades	1,58	1,40	1,62	1,34	1,62	1,52
Confort de las paradas	1,21	1,93	1,88	1,16	1,63	1,56
Puntualidad	1,73	1,82	1,96	1,12	1,42	1,60
Seguridad en la guagua	1,74	1,77	1,69	1,42	1,55	1,63
Frecuencia	2,03	1,98	2,63	0,88	1,50	1,78
Temperatura en la guagua	1,84	2,12	1,41	1,70	1,88	1,79
Compromiso con el medioambiente	2,25	2,13	2,19	1,67	2,32	2,12
Precio del viaje	3,67	3,65	3,97	2,77	3,87	3,59
PROMEDIO	1,63	1,75	1,81	1,18	1,56	1,58

La Zona Baja es donde la diferencia entre importancia y valoración es menor y en consecuencia la satisfacción es mayor

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.5. Satisfacción de los usuarios por variable y zona: gráfica resumen de diferencias entre la importancia y la valoración.



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

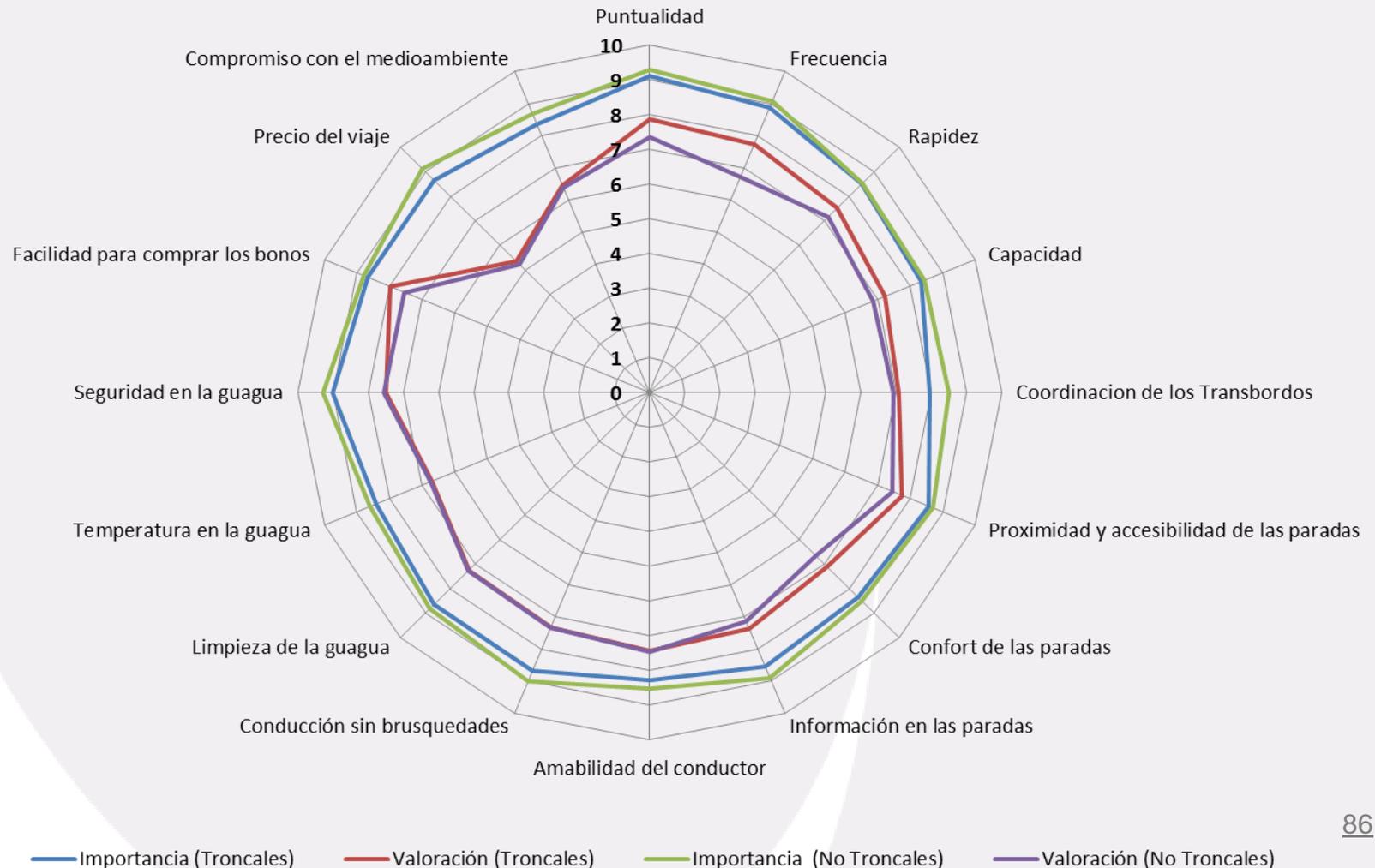
4.6. Satisfacción de los usuarios por variable y corredores: líneas troncales y no troncales. Tabla resumen de diferencias entre la importancia y la valoración

SATISFACCIÓN	Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
Frecuencia	-1,15	-2,36	-1,21
Puntualidad	-1,25	-1,92	-0,67
Coordinacion de los Transbordos	-0,90	-1,56	-0,65
Confort de las paradas	-1,24	-1,85	-0,61
Precio del viaje	-3,29	-3,87	-0,58
Información en las paradas	-1,20	-1,77	-0,57
Facilidad para comprar los bonos	-0,69	-1,26	-0,57
Capacidad	-1,12	-1,57	-0,45
Proximidad y accesibilidad de las paradas	-0,80	-1,24	-0,44
Rapidez	-0,97	-1,39	-0,42
Compromiso con el medioambiente	-1,90	-2,32	-0,41
Conducción sin brusquedades	-1,37	-1,65	-0,29
Amabilidad del conductor	-0,83	-1,06	-0,23
Seguridad en la guagua	-1,52	-1,73	-0,21
Temperatura en la guagua	-1,70	-1,88	-0,19
Limpieza de la guagua	-1,39	-1,54	-0,16

En las líneas troncales, la distancias entre importancia y valoración es menor en todas las variables, indicando mayor satisfacción en las troncales

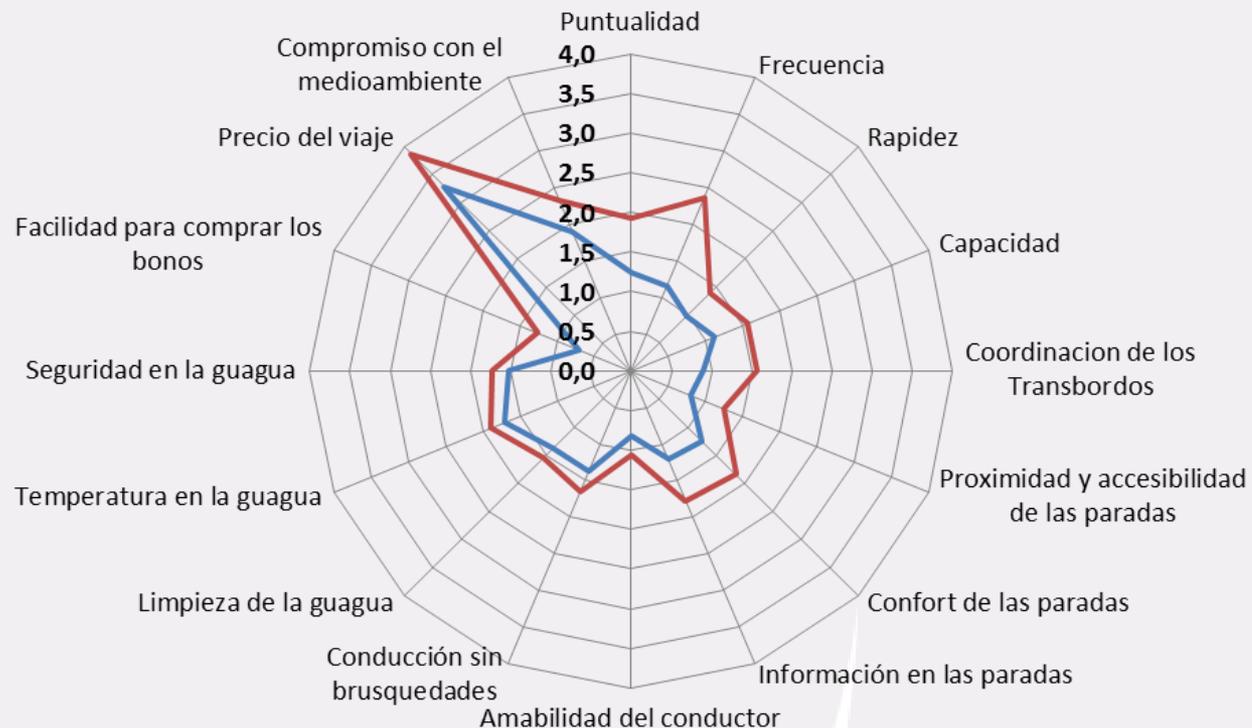
4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.6. Satisfacción de los usuarios por variable y corredores: líneas troncales y no troncales. Gráfica resumen de diferencias entre la importancia y la valoración.



4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.6. Satisfacción de los usuarios por variable y corredores: líneas troncales y no troncales. Gráfica resumen de diferencias entre la importancia y la valoración.

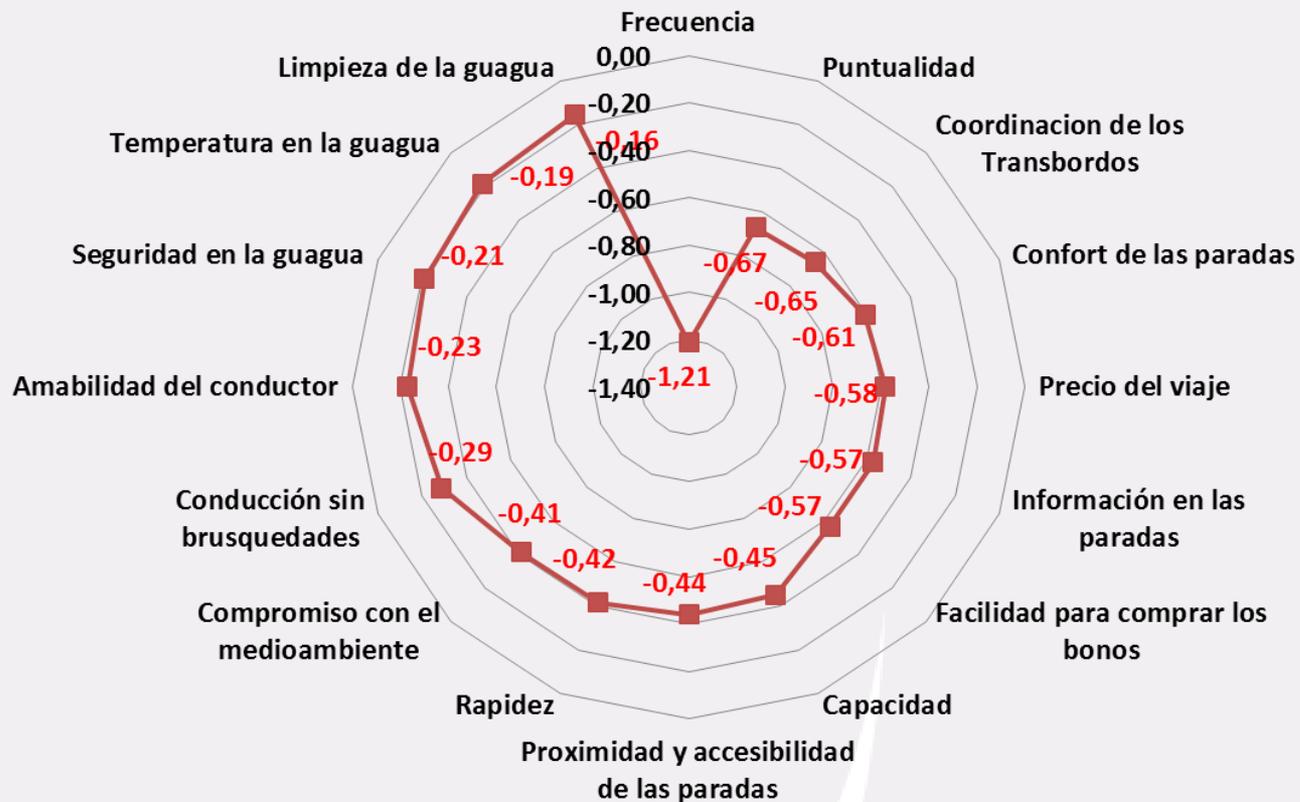


— SATISFACCIÓN TRONCALES

— SATISFACCIÓN NO TRONCALES

4. ANÁLISIS DE LAS VARIABLES

4.6. Satisfacción de los usuarios por variable y corredores: líneas troncales y no troncales. Gráfica resumen de diferencias entre la importancia y la valoración.



5. ÍNDICES

5.1 Índices de satisfacción general con el servicio.

Media obtenida de la pregunta: *¿Cuál es su nivel de satisfacción general con el servicio de guaguas municipales?* siendo 0 totalmente insatisfecho/a y 10 totalmente satisfecho/a.

Zona Centro / Puerto			Zona Cono Sur			Zona Tamaraceite,...			Zona Baja			Zona Alta			GLOBAL		
2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.
7,14	7,20	0,06	7,35	7,09	-0,26	7,22	7,37	0,14	7,19	7,25	0,06	7,64	7,48	-0,16	7,33	7,29	-0,04

2011	2013	DIF.
7,33	7,29	-0,04

El nivel de satisfacción general prácticamente no ha variado

Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
7,38	7,20	0,18

NO OBSTANTE,

Se ha **INCREMENTADO** en las zonas:

- Centro puerto
- Tamaraceite, ...
- Baja

Y ha **DISMINUIDO** en las zonas:

- Alta
- Cono Sur

5. ÍNDICES

5.1 Índices de satisfacción con la línea.

Media obtenida de la pregunta *¿Cuál es su nivel de satisfacción general con esta línea en concreto?* siendo 0 totalmente insatisfecho/a y 10 totalmente satisfecho/a.

Zona Centro /			Zona Cono Sur			Zona			Zona Baja			Zona Alta			GLOBAL		
2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.
7,19	7,32	0,13	7,11	7,51	0,40	6,85	7,25	0,40	7,37	7,71	0,33	7,81	7,86	0,04	7,36	7,55	0,19

2011	2013	DIF.
7,36	7,55	0,19

El nivel de satisfacción con la línea ha mejorado levemente

Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
7,79	7,32	0,47

El nivel de satisfacción con la líneas troncales es mayor

Se han producido mejoras en la satisfacción con la línea en todas las zonas, siendo las mayores en el cono Sur y en Tamaraceite, San Lorenzo y Tenoya.

5. ÍNDICES

5.1 Índices de satisfacción general de clientes (ISC) ponderado

Valoración media que dan los usuarios al conjunto de variables del servicios, en una escala del 0 al 10, ponderada por la importancia media manifestada por los usuarios de dichas variables.

ISC ponderado: 7,09

2011	2013	DIF
6,93	7,09	0,16

Ligera mejora en el Índice de Satisfacción de Clientes al ponderarlo con la importancia

IMPORTANCIA	PONDERACION
10	1
9	0,9
8	0,8
7	0,7
6	0,6
5	0,5
4	0,4
3	0,3
2	0,2
1	0,1
0	0

5.1 Índices de satisfacción general de clientes (ISC) ponderado: por variables.

INDICE DE SATISFACCIÓN PONDERADO	
Facilidad para comprar los bonos	7,77
Proximidad y accesibilidad de las paradas	7,64
Puntualidad	7,61
Seguridad en la guagua	7,57
Amabilidad del conductor	7,53
Conducción sin brusquedades	7,36
Rapidez	7,34
Limpieza de la guagua	7,29
Información en las paradas	7,28
Frecuencia	7,23
Capacidad	7,07
Confort de las paradas	6,89
Temperatura en la guagua	6,73
Coordinación de los Transbordos	6,63
Compromiso con el medioambiente	6,40
Precio del viaje	5,30

La mayoría de los valores se sitúan entre 7 y 7,8

El índice que corresponde al precio es el más bajo con diferencia destacada

5.1 Índices de satisfacción general de clientes (ISC) ponderado: por zonas

ZONA	SATISFACCIÓN
Zona Alta	7,02
Zona Cono Sur	7,02
Zona Centro / Puerto	7,02
Zona Baja	7,15
Zona Tamaraceite, ...	7,04

Todos las zonas presentan una puntuación similar, excepto la zona baja que tiene una valoración ligeramente superior

5. ÍNDICES

5.1 Índices de satisfacción general de clientes (ISC) ponderado:
por líneas troncales / no troncales

ZONA	SATISFACCIÓN
TRONCALES	7,21
NO TRONCALES	6,97
Diferencia	0,24

Valores ligeramente superiores en las troncales

5. ÍNDICES

5.2 Índices de recomendación (IR): general, por zonas y líneas troncales / no troncales
 Media obtenida de la pregunta: *¿Recomendaría a alguna familiar o amigo que se desplace habitualmente en guagua?* siendo 0 no lo recomendaría nada y 10 lo recomendaría totalmente.

Zona Centro / Puerto			Zona Cono Sur			Zona Tamaraceite,...			Zona Baja			Zona Alta			GLOBAL		
2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.	2011	2013	Dif.
8,44	7,81	-0,62	8,07	7,68	-0,39	7,69	7,92	0,23	8,26	7,71	-0,55	8,61	8,12	-0,48	8,29	7,86	-0,43

2011	2013	DIF.
8,29	7,86	-0,43

El nivel del índice de recomendación global ha disminuido levemente

Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
8,02	7,71	0,31

El nivel de recomendación es mayor en las líneas troncales

En la recomendación se ha producido una **DISMINUCION** en todas las zonas, excepto en la de Zona Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya. La recomendación menor está en las zonas: Cono Sur y Baja

5. ÍNDICES

5.3 Índices de promoción (IP): índice IP general

El **índice de promoción** se basa en la relación existente entre la satisfacción y la disposición a recomendar. Se calcula en base a la agrupación de los clientes en tres tipos:

Insatisfechos	Satisfechos	Deleitados
Clientes que evalúan a la compañía por debajo de sus expectativas	Clientes que evalúan a la compañía a la altura de sus expectativas	Clientes que evalúan a la compañía por encima de sus expectativas

Índice de promoción (IP): $(Satisfechos + Deleitados) - Insatisfechos$



	DETRACTORES	PASIVOS	PROMOTORES	IP
2013	27,91%	50,88%	21,21%	44,18
2011	27,38%	51,59%	21,03%	45,24
DIFERENCIA	0,53%	-0,71%	0,18%	-1,06

**Ligera
disminución
del índice de
promoción**

5. ÍNDICES

5.3 Índices de promoción IP: por zonas

2013	DETRACTORES	PASIVOS	PROMOTORES	IP
Zona Centro / Puerto	31,23%	48,82%	19,95%	37,53
Zona Cono Sur	34,51%	44,29%	21,20%	30,98
Zona Tamaraceite, ...	25,73%	52,79%	21,49%	48,54
Zona Baja	27,55%	52,55%	19,90%	44,90
Zona Alta	22,06%	54,82%	23,13%	55,89
GLOBAL	27,91%	50,88%	21,21%	44,18

El índice de promoción más alto es el de la Zona Alta con un 55,89.

El más bajo, un 30,98, es el obtenido en la Zona Cono Sur

5. ÍNDICES

5.3 Índices de promoción IP: evolución respecto de 2011 por zonas

	DETRACTORES			PASIVOS			PROMOTORES			IP		
	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.
Zona Centro / Puerto	29,79%	31,23%	1,45%	50,00%	48,82%	-1,18%	19,15%	19,95%	0,80%	39,36	37,53	-1,83
Zona Cono Sur	29,03%	34,51%	5,48%	51,61%	44,29%	-7,32%	19,35%	21,20%	1,84%	41,94	30,98	-10,96
Zona Tamaraceite, ...	28,36%	25,73%	-2,63%	53,73%	52,79%	-0,95%	17,91%	21,49%	3,57%	43,28	48,54	5,26
Zona Baja	31,34%	27,55%	-3,79%	60,45%	52,55%	-7,90%	8,21%	19,90%	11,69%	43,28	44,90	1,61
Zona Alta	22,06%	22,06%	0,00%	47,06%	54,82%	7,76%	30,88%	23,13%	-7,76%	55,88	55,89	0,01
GLOBAL	27,38%	27,91%	0,53%	51,59%	50,88%	-0,71%	21,03%	21,21%	0,18%	45,2	44,2	-1,1

**En la zona del Cono Sur
es donde se concentra la
mayor variación negativa
(-10,96)**

**La variación más positiva
se centra en la zona de
Tamaraceite, San
Lorenzo, Tenoya (+5,26)**

5.3 Índices de promoción IP por corredores: líneas troncales y no troncales

	DETRACTORES	PASIVOS	PROMOTORES	IP
Troncales	25,08%	52,99%	21,93%	49,84
No Troncales	30,52%	48,93%	20,54%	38,95
DIFERENCIA	-5,44%	4,06%	1,39%	10,89
GENERAL	27,91%	50,88%	21,21%	44,18

Las líneas troncales tiene un IP sensiblemente mayor que el de las no troncales

5. ÍNDICES

5.4 Índices de percepción de la mejora (IM): General y evolución respecto de 2011

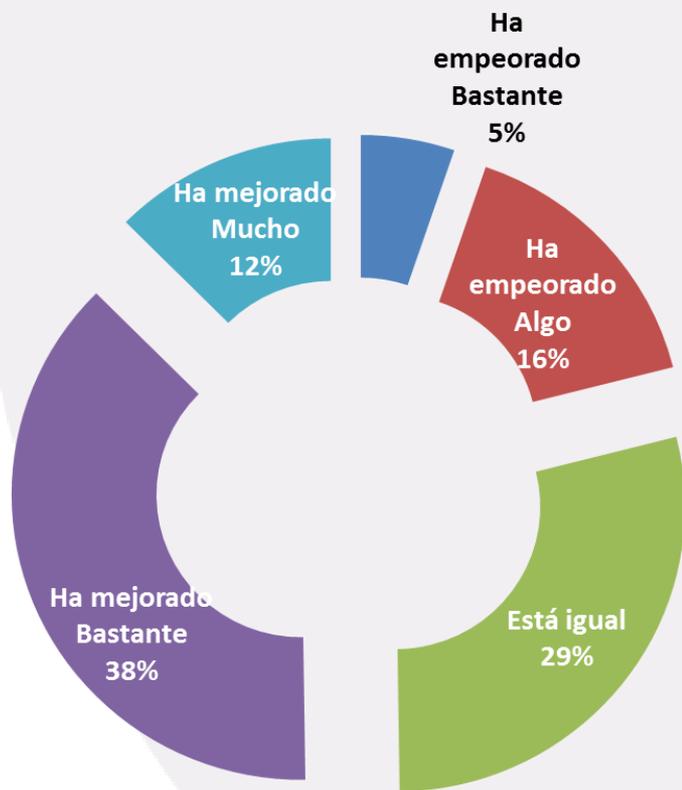
Valores obtenidos de la pregunta: *¿Cree que guaguas municipales ha evolucionado en el último año?*

Índice de percepción de mejora (IM)

Suma de las frecuencias mejorado mucho + mejorado bastante.

2011	2013	DIF.
12,5%	50,2%	37,7%

GRAN MEJORA DE LA PERCEPCIÓN DE CAMBIOS POSITIVOS

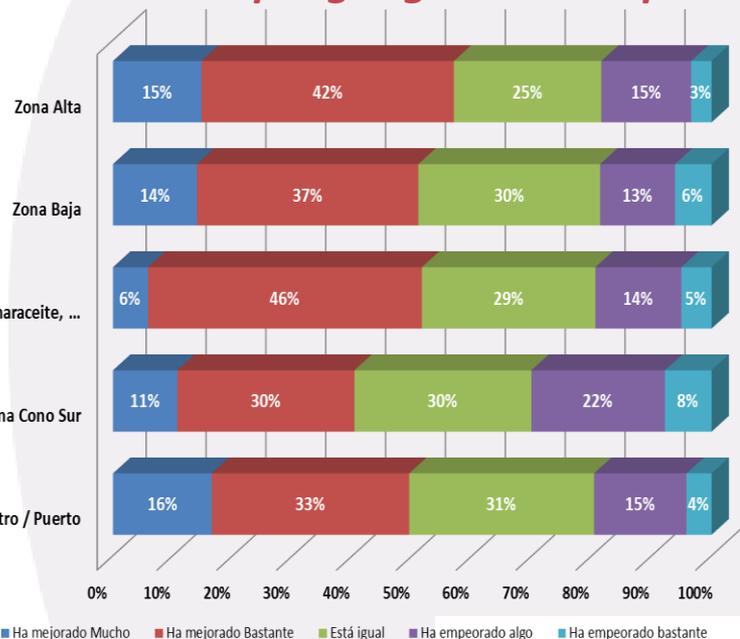


Evolución en el último año	2011	2013	DIF.
Ha mejorado Mucho	2,8%	12,5%	9,7%
Ha mejorado Bastante	9,7%	37,7%	28,0%
Está igual	53,7%	28,7%	-25,0%
Ha empeorado algo	20,0%	15,8%	-4,2%
Ha empeorado bastante	13,7%	5,2%	-8,5%

5. ÍNDICES

5.4 Índices de percepción de la mejora (IM): por zonas

¿Cree que guaguas municipales ha evolucionado en el último año?



La Zona Alta tiene el mejor indicador IM de percepción de mejora (57%.)

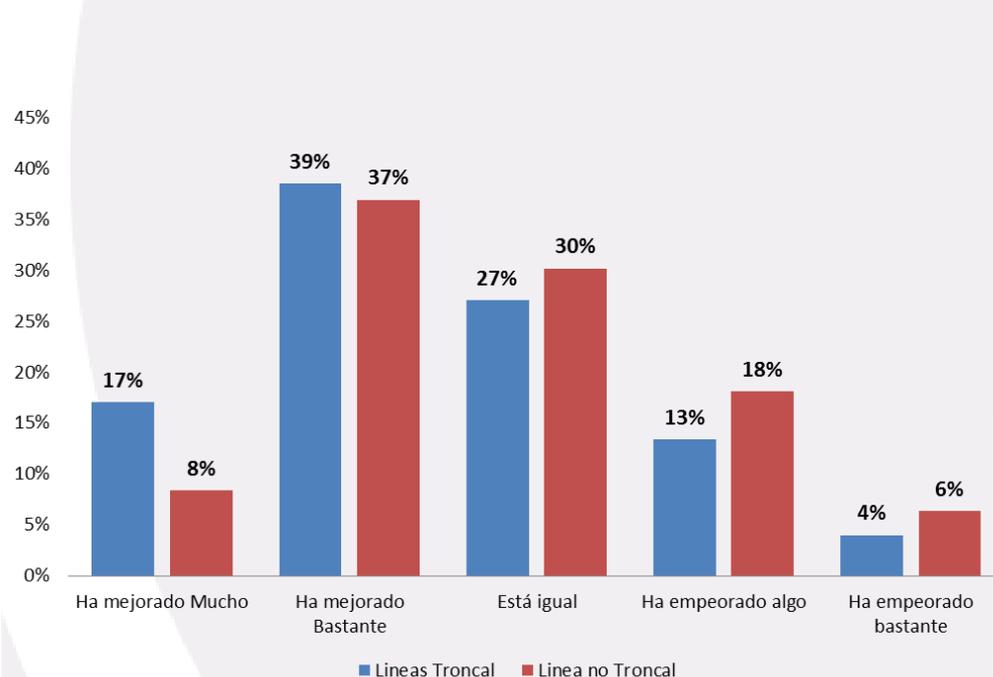
En el Cono Sur se encuentra la mayor proporción de “ha empeorado algo” (22%) y “mucho” (8%) con un total del 30,01%

	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta
Ha mejorado Mucho	16,5%	10,8%	5,9%	14,0%	14,8%
Ha mejorado Bastante	33,0%	29,6%	45,7%	37,0%	42,2%
Está igual	30,9%	29,6%	29,0%	30,4%	24,6%
Ha empeorado algo	15,4%	22,3%	14,4%	12,5%	15,0%
Ha empeorado bastante	4,2%	7,8%	5,1%	6,1%	3,4%
GLOBAL	100%	100%	100%	100%	100%
IM	49%	40%	52%	51%	57%

5. ÍNDICES

5.4 Índices de percepción de la mejora (IM): líneas troncales y no troncales

¿Cree que guaguas municipales ha evolucionado en el último año?

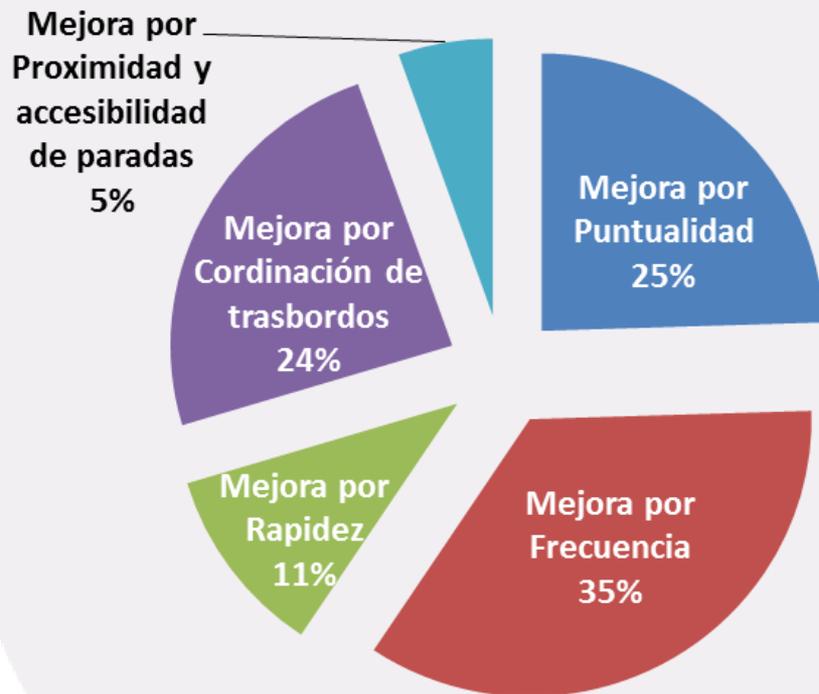


Evolución en el último año	Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
Mejorado Mucho + Bastante	55,58%	45,33%	10,25%
Igual	27,05%	30,22%	-3,17%
Empeorado Algo + Bastante	17,37%	24,45%	-7,08%

La percepción de mejora en las líneas troncales es superior al resto de las líneas. (+10,25%)

En las líneas no troncales se percibe un empeoramiento superior al del resto de líneas. (-7,08 %)

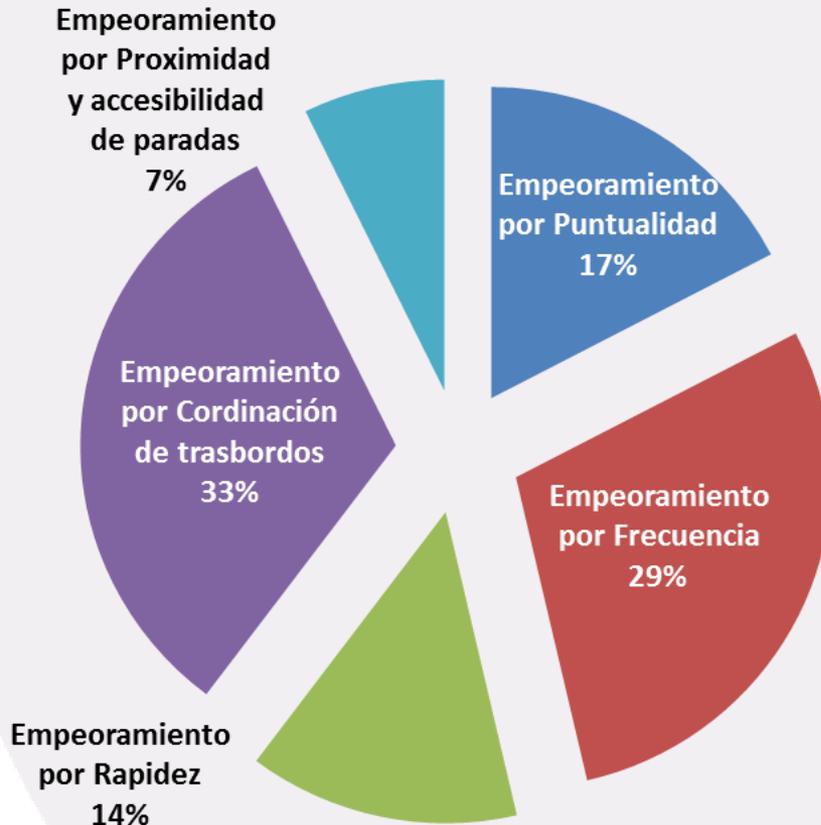
Motivos de mejora



Principales motivos de mejora:

- **Frecuencia: 35%**
- **Puntualidad: 25%**
- **Coordinación de los trasbordos: 24%**

Motivos de empeoramiento



Principales motivos de empeoramiento:

- **Coordinación de los trasbordos: 33%**
- **Frecuencia: 29%**

RESUMEN EJECUTIVO

6.1 Aspectos más destacables: *perfil de los usuarios*

- El 65 % de los usuarios de Guaguas Municipales son mujeres y el 35 % varones.
- El número de usuarios varones ha crecido en un 4% de 2011 a 2013.
- La media de edad de los pasajeros es de 39 años, dos años menos que en 2011.
- Los estudiantes son el 26 % de los usuarios y han aumentado un 11% en 2013 con respecto 2011.
- Los pasajeros con edades entre los 14 y los 25 años han aumentado un 15 %.
- El 80% de los usuarios está formado por tres grandes grupos: trabajadores por cuenta ajena (34%), estudiantes (26,3 %) y desempleados (18,3%) . El siguiente grupo, el de los jubilados, representa un 10 % de los pasajeros. Estos cuatro grupos representan al 90 %.
- Ha aumentado en un 6% el numero de pasajeros que usan diariamente la guagua, llegando a representar un 71% en 2013.
- EL 54% de los usuarios utilizan habitualmente 1 o 2 líneas, incrementándose este porcentaje en un 12% con respecto al 2011.
- Un 48% de los pasajeros compra el billete en las estaciones de guaguas, habiendo aumentado este porcentaje un 19% con respecto a 2011.

6.1 Aspectos más destacables: *importancia de las variables*

Para la medición de las expectativas de los usuarios utilizamos la puntuación que estos otorgan a la importancia de las variables que se pretenden analizar.

La gestión de la calidad del servicio tendrá como criterio y propósito fundamental hacer bien lo importante. El área o cuadrante crítico será que el que contenga a las variables de la calidad del servicio en las que se produzca la importancia más alta y la percepción de calidad más baja.

Los resultados o hallazgos más importantes encontrados son los siguientes:

1. Todos los aspectos considerados son relevantes y obtienen puntuaciones superiores a 8.
2. No hay cambios significativos en el ranking de importancia con respecto a los datos de 2011.
3. La puntualidad, la seguridad y la frecuencia son las tres variables o características del servicio que ocupan los lugares más altos en el ranking de importancia para los usuarios.
4. La amabilidad del conductor, la capacidad de las guaguas y la coordinación de los transbordos ocupan los últimos puestos en el ranking de importancia.
5. Los usuarios de la Zona Tamaraceite, San Lorenzo, Tenoya y los de la Zona Alta, son los que de forma generalizada, puntúan más alto que el resto la importancia otorga a las variables, pudiendo indicar que tienen expectativas más altas.

6.1 Aspectos más destacables: *valoración de las variables por los usuarios*

Las variables mejor valoradas por los usuarios son:

- La facilidad para comprar los bonos (7,7)
- La puntualidad (7,6)
- La proximidad y accesibilidad de paradas (7,6)

Los aspectos peor valorados son:

- El precio del billete (5,3)
- El compromiso con el medio ambiente (6,4)
- La temperatura en la Guagua (6,7)

Hay una ligera caída en la valoración de las diferentes variables con respecto a 2011, siendo 0,3 sobre 10, la mayor diferencia.

La Zona Alta presenta, de forma generalizada, valoraciones del servicio mejores. No obstante, las diferencias de puntuación entre las zonas y entre las puntuaciones otorgadas a cada variable específica por las diferentes zonas, son en general leves.

Podemos observar que la mayoría de variables importantes son mejor valoradas en las líneas troncales, con escasas excepciones, entre las que se encuentra la variable seguridad, segunda en importancia, que es mejor valorada en las líneas no troncales.

6.1 Aspectos más destacables: *satisfacción de los usuarios* *

Las menores diferencias entre la importancia dada por los usuarios a la variable y la valoración otorgada a la misma, reflejando la mayor satisfacción, las encontramos en las siguientes variables, ordenadas de menor a mayor diferencia:

- | | | |
|---------------------------------|--|--------------------------------|
| 1. Amabilidad del conductor | 3. Rapidez | 5. Capacidad |
| 2. Facilidad para comprar bonos | 4. Proximidad y accesibilidad de las paradas | 6. Coordinación de transbordos |

Las mayores diferencias entre la importancia dada a la variable y la valoración otorgada a la misma, reflejando la menor satisfacción, las encontramos en las siguientes variables, ordenadas de mayor a menor diferencia:

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------|
| 1. Precio del viaje | 3. Temperatura de la guagua |
| 2. Compromiso con el medioambiente | 4. Frecuencia |
| | 5. Seguridad en la guagua |

En la zona del cuadrante crítico está la frecuencia, el precio y muy próxima a ella está el compromiso con el medioambiente.

La zona baja tiene el mejor promedio de satisfacción (menor distancia entre importancia y valoración) para el conjunto de las variables (1,2), mientras que los promedios mas altos (1,8) son los de la Zona Sur y Zona Tamaraceite.

En las líneas troncales, la distancias entre importancia y valoración, es menor en todas las variables excepto limpieza y temperatura, indicando una mayor satisfacción generalizada.

* **Satisfacción:** diferencia entre la importancia (expectativas) y la valoración (percepción) del servicio.

6. RESUMEN EJECUTIVO

6.2 Indicadores relevantes (1) : *satisfacción general, con la línea y recomendación*

	2011	2013	DIF.
Satisfacción General	7,33	7,29	-0,04
Satisfacción específica con la línea	7,36	7,55	0,19
Recomendación	8,29	7,86	-0,43

Satisfacción línea concreta

2011	2013	DIF.
7,36	7,55	0,19

El nivel de satisfacción con la línea ha mejorado levemente

Se han producido mejoras en la satisfacción en las zonas: Cono Sur (+0,4), San Lorenzo y Tenoya (+0,4), y Alta (+0,33).

Satisfacción general

2011	2013	DIF.
7,33	7,29	-0,04

El nivel de satisfacción general prácticamente no ha variado

NO OBSTANTE,
Se ha **INCREMENTADO** en:

- Centro puerto
- Tamaraceite, ...
- Baja

Y ha **DISMINUIDO** en:

- Alta
- Cono Sur

Recomendación

2011	2013	DIF.
8,29	7,86	-0,43

El nivel de recomendación ha disminuido levemente

Se ha producido una **DISMINUCIÓN** de la recomendación en todas las zonas, excepto en Tamaraceite ...,

6. RESUMEN EJECUTIVO

6.2 Indicadores relevantes (2): *satisfacción general, con la línea y recomendación en las líneas troncales y no troncales*

Se comparan los diferentes niveles de satisfacción según la línea sea troncal

(*1, 2, 12, 21/24, 33 y 91) o no:

	Lineas Troncal	Linea no Troncal	DIF.
Satisfacción General	7,36	7,13	0,23
Satisfacción específica con la línea	7,77	7,13	0,63
Recomendación	7,95	7,44	0,51

La satisfacción en las líneas troncales es ligeramente superior al resto de líneas

6. RESUMEN EJECUTIVO

6.2 Indicadores relevantes (3) : *índices de percepción de la mejora, general, por zonas y líneas troncales /no troncales.*

GENERAL

IM=Mejorado mucho + bastante: **51%**

Esta igual: **29%**

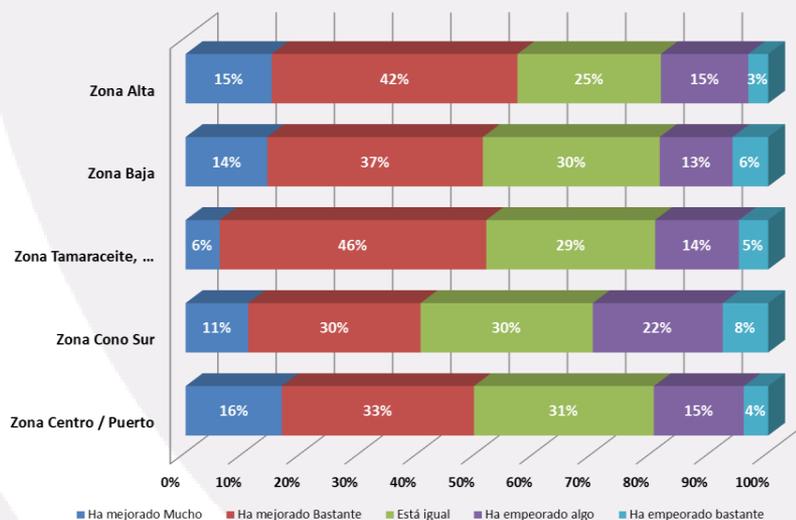
Ha empeorado algo + bastante: **21%**

Principales motivos de empeoramiento:

- Coordinación de los transbordos: **33%**
- Frecuencia: **29%**

Principales motivos de mejora

- Frecuencia: **35%**
- Puntualidad: **25%**
- Coordinación de los transbordos: **24%**



Evolución en el último año	2011	2013	DIF.
Ha mejorado Mucho	3%	13%	10%
Ha mejorado Bastante	10%	38%	28%
Está igual	54%	29%	-25%
Ha empeorado algo	20%	16%	-4%
Ha empeorado bastante	14%	5%	-9%

Evolución en el último año	Líneas Troncal	Línea no Troncal	DIF.
Mejorado Mucho + Bastante	55,58%	45,33%	10,25%
Igual	27,05%	30,22%	-3,17%
Empeorado Algo + Bastante	17,37%	24,45%	-7,08%

6. RESUMEN EJECUTIVO

6.2 Indicadores relevantes (4) : Variación del Índice de promoción(IP), general, por zonas y por líneas troncales y no troncales

	DETRACTORES	PASIVOS	PROMOTORES	IP
2013	27,9%	50,9%	21,2%	44,2
2011	27,4%	51,6%	21,0%	45,2
DIFERENCIA	0,05	-0,01	0,002	-1,1

	DETRACTORES			PASIVOS			PROMOTORES			IP		
	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.	2011	2013	DIF.
Zona Alta	31,3%	22,1%	-9,3%	60,4%	54,8%	-5,6%	8,2%	23,1%	14,9%	43,3	55,9	12,6
Zona Tamaraceite, ...	29,0%	25,7%	-3,3%	51,6%	52,8%	1,2%	19,4%	21,5%	2,1%	41,9	48,5	6,6
Zona Baja	28,4%	27,6%	-0,8%	53,7%	52,6%	-1,2%	17,9%	19,9%	2,0%	43,3	44,9	1,6
GLOBAL	27,4%	27,9%	0,5%	51,6%	50,9%	-0,7%	21,0%	21,2%	0,2%	45,2	44,2	-1,1
Zona Centro / Puerto	29,8%	31,2%	1,4%	50,0%	48,8%	-1,2%	19,1%	19,9%	0,8%	39,4	37,5	-1,8
Zona Cono Sur	22,1%	34,5%	12,5%	47,1%	44,3%	-2,8%	30,9%	21,2%	-9,7%	55,9	31,0	-24,9

**Ligera
disminución del
índice de
promoción**

	DETRACTORES	PASIVOS	PROMOTORES	IP
Troncales	25,08%	52,99%	21,93%	49,84
No Troncales	30,52%	48,93%	20,54%	38,95
DIFERENCIA	-5,44%	4,06%	1,39%	10,89
GENERAL	27,91%	50,88%	21,21%	44,18

6. RESUMEN EJECUTIVO

6.2 Indicadores relevantes (5) : *Índice de Satisfacción de Clientes (ISC) ponderado, general, por zonas y por líneas troncales y no troncales*

2011	2013	DIF
6,93	7,17	0,24

Ligera mejoría en el índice global al ponderar las puntuaciones otorgadas con la importancia dada a las variables.

ZONA	SATISFACCIÓN
Zona Tamaraceite, ...	7,48
Zona Centro / Puerto	7,28
Zona Cono Sur	7,07
Zona Alta	7,04
Zona Baja	6,97
GLOBAL	7,17

INDICE DE SATISFACCIÓN DEL CLIENTE	Media
Facilidad para comprar los bonos	7,8
Proximidad y accesibilidad de las paradas	7,7
Puntualidad	7,6
Seguridad en la guagua	7,6
Amabilidad del conductor	7,5
Coordinación de los Transbordos	7,5
Rapidez	7,4
Conducción sin brusquedades	7,4
Limpieza de la guagua	7,3
Información en las paradas	7,3
Frecuencia	7,3
Capacidad	7,1
Confort de las paradas	6,9
Temperatura en la guagua	6,8
compromiso con el medioambiente	6,6
precio del viaje	5,3

ZONA	SATISFACCIÓN
TROCALES	7,28
NO TRONCALES	7,08
Diferencia	0,19

6.3 Conclusiones (1)

Consistencia metodológica.

No se han llevado a cabo cambios en los criterios metodológicos o en las formulas y métodos de calculo que puedan dificultar las comparaciones fiables con los datos obtenidos en el anterior estudio realizado en 2011.

- En este estudio se han incluido mejoras que incluyen los siguientes cambios:
- Ampliación de la muestra de 500 a 2000 encuestas en 2013, consiguiendo por tanto resultados más precisos.
- Ampliación de la segmentación a los grupos de líneas que configuran los grandes corredores implantados en 2013.
- Disminución de los errores muestrales inferior al 5% en todos los segmentos.

6.3 Conclusiones (2)

Relevancia de los indicadores.

Entre las mediciones de generalmente aceptadas que se utilizan para evaluar la satisfacción del cliente destaca el ISG.

El ISG es un Indicador que no está basado únicamente en el nivel de satisfacción directo del cliente, sino que tiene en cuenta el peso de la importancia que cada individuo da a los diferentes aspectos, como la puntualidad, el medio ambiente, el precio, etc., que conforman el servicio. Estos aspectos son los ingredientes que componen la satisfacción global. En el ISG no tiene el mismo peso la valoración de un aspecto importante que la de un aspecto que sea poco importante, aunque la escala de medición que se utilice sea la misma. Es el indicador más relevante y de mayor calidad para realizar la medición de la satisfacción de los clientes y para realizar comparaciones históricas.

La pregunta directa sobre satisfacción general con el servicio, aunque tiene la misma intencionalidad, no tiene la misma calidad como medidor de la satisfacción del cliente. No obstante es practica generalmente aceptada incluir en los cuestionarios como variable de contraste y control de la consistencia de los resultados.

6.3 Conclusiones (3)

Comportamiento de los indicadores.

- Cambio positivo muy sustancial en la percepción de evolución de la mejora de Guaguas Municipales. El índice de Mejora (IM) pasa del 13 % en 2011 al 51% en 2013.
- El Índice de Satisfacción General ponderado ISC y el índice de satisfacción con la línea mejoran levemente al pasar de 6,93 a 7,17 en 2013 y de 7,36 a 7,55 en 2013, respectivamente.
- La disminución de la satisfacción con el precio destaca muy posiblemente debido a la mayor percepción de coste del viaje que ocasiona la situación económica, contrapesando de forma negativa la influencia positiva del excelente comportamiento del índice de mejora IM.
- Las dos variables consideradas más importantes, puntualidad y seguridad, tienen las mejores valoraciones de los usuarios. Se valoran bien las dos variables más importantes.
- La información en las paradas es mejor valorada que en el estudio de 2011, pasando del lugar 15 al 9 en el ranking de valoración de la variables.
- De las dieciséis variables analizadas, solo tres, precio, frecuencia e información de paradas, están dentro del cuadrante crítico. El compromiso con el medio ambiente es una cuarta variable con valoración muy baja que se encuentra muy próxima al área del cuadrante crítico.
- El índice de recomendación global y el de promoción (IP) han disminuido ligeramente. Han pasado de 8,29 en 2011 a 7,86 en 2013 y de 45,2 en 2011 a 44,2 en 2013, respectivamente. 117

6.3 Conclusiones (4)

Acerca de las zonas

- La Zona Baja es donde el promedio la diferencia entre importancia y valoración dado a las variables es menor, y en consecuencia la satisfacción es mayor.
- La satisfacción con la línea sube de forma generalizada, respecto de 2011, en todas las zonas.
- La Zona Sur tiene los peores Índices de Mejora (IM) e Índices de Promoción (IP) respecto del resto de las zonas, el promedio mas bajo de valoración de las variables y la mayor insatisfacción comparativa con las otras zonas.

Los grandes corredores

- Todos los indicadores de las líneas troncales son mejores que los de las líneas no troncales, con la excepción del índice de promoción.
- El índice de promoción (IP) de las líneas troncales (44,2) es algo más bajo que el Índice de Promoción (IP 45,2) de las líneas no troncales.
- Se puede inferir que la reestructuración del servicio con grandes corredores, donde un número bajo de líneas transporta un alto volumen de pasajeros, ha producido una mayor satisfacción comparativa generalizada en los usuarios de estas líneas.

6.4 Recomendaciones

- Realizar planes de acción específicos para mejorar la valoración de las variables importantes con bajo nivel de puntuación. Entre estas variables incluiríamos :
 - ✓ Frecuencia
 - ✓ Precio
 - ✓ Compromiso con el medioambiente
- Continuar con el esfuerzo de mejora la información en las paradas.
- Realizar la planificación y el seguimiento de las acciones y decisiones de mejora del servicio, utilizando los procedimientos de Revisión por la Dirección del Sistema Integrado de Gestión de Guaguas Municipales.
- Dada la importancia del tiempo para la adaptación a los cambios, se recomienda asegurar el análisis, seguimiento y medición de los impactos producidos por las medidas adoptadas al final del primer trimestre de 2013, así como, de las nuevas medidas que se adopten a partir de la Revisión por la Dirección.

7. LIMITACIONES

Los trabajos han podido desarrollarse de forma adecuada para conseguir los objetivos previstos sin incidencias significativas. Los controles de calidad del trabajo han permitido validar la fiabilidad de los datos obtenidos, con las limitaciones siguientes:

- El alcance del estudio de satisfacción, por razones de aumento del tamaño total para la muestra, no se contempla en la investigación un error muestral igual o menor del 5% a nivel de cada línea individual, aunque se ha mejorado significativamente el margen de error por zonas, al pasar de un 10% a un 5%.
- Los datos han sido objeto de tratamiento estadístico descriptivo. Consideramos no esencial para derivar el significado de los datos, el someter los datos a las técnicas estadísticas de variables múltiples. Las razones económicas y el alcance definido para la investigación también apoyan esta decisión.
- El análisis de datos está limitado a aquellos datos cuyo nivel de error muestral permite hacer inferencias estadísticas sobre la población investigada.
- Las limitaciones relacionadas con las preguntas sobre satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria, se explicitan de manera específica en el anexo dedicado a estas preguntas.

8. AGRADECIMIENTOS

Han colaborado en este estudio además del equipo de trabajo de campo al frente de su coordinador, el personal y Dirección de **Guaguas Municipales**.

Hemos tenido la atenta disposición de La Dirección de **Guaguas Municipales** , facilitando entre otras las credenciales de los encuestadores y la gratuidad de los viajes para realizar las encuestas a los viajeros.

El personal responsable de coordinación en las terminales y todo el personal de servicio, ha colaborado amablemente ayudando a los encuestadores, personal y colaboradores de **EBV** a llevar a cabo las tareas.

Por último pero no por menos importante, queremos hacer el reconocimiento justo a todo los usuarios del servicio entrevistados. Sin su colaboración no habría sido posible realizar este estudio y disponer de una información que aspira a ser de mucho valor para la mejora del servicio y de la calidad de vida en la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria.

Desde **EBV** queremos dejar constancia de nuestro sincero agradecimiento a todos.

ANEXO
SATISFACCIÓN CON VIVIR EN
LAS PALMAS DE GRAN
CANARIA

1. Cuestionario utilizado

En el cuestionario general del estudio de satisfacción de los usuarios con el servicio de Guaguas Municipales, se han incluido una serie de preguntas para conocer la opinión de estos sobre su satisfacción con vivir en la ciudad. Las preguntas formuladas fueron las siguientes:

¿Cuál es, en general, su nivel de satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria?

Muy Satisfecho/a Satisfecho Poco Satisfecho Nada Satisfecho

¿Cuáles son los principales motivos por los que valora vivir en Las Palmas de Gran Canaria?

¿Cuáles son los principales motivos por el que no valora vivir en Las Palmas de Gran Canaria?

De forma general, diría usted que en Las Palmas de Gran Canaria con respecto a hace cinco años, vivimos...

Mucho mejor Mejor Igual Peor Mucho peor

Se ha preguntado directamente por la satisfacción y los motivos de satisfacción e insatisfacción y no se ha utilizado el método de medición del GAP entre expectativa y percepción del nivel de calidad.

9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

En relación a los motivos por los que gusto o no vivir en Las Palmas, y basado en estudios previos realizado en diferentes ciudades para medir la percepción de la calidad de vida de los ciudadanos, se le indicaban las siguientes opciones de respuesta a los entrevistados, mediante una tarjeta, para que indicaran un máximo de tres motivos:

- *Empleo y mercado laboral*
- *Atención sanitaria*
- *Transporte y movilidad*
- *Educación*
- *Seguridad ciudadana*
- *Coste de la vida / (incluye vivienda)*
- *Ocio, cultura y deportes*
- *Oferta comercial y de servicios*
- *Medio ambiente*
- *Patrimonio histórico*
- *Acceso a la vivienda*
- *Imagen internacional de la ciudad*
- *Cuidado y conservación de la ciudad*
- *Otros*

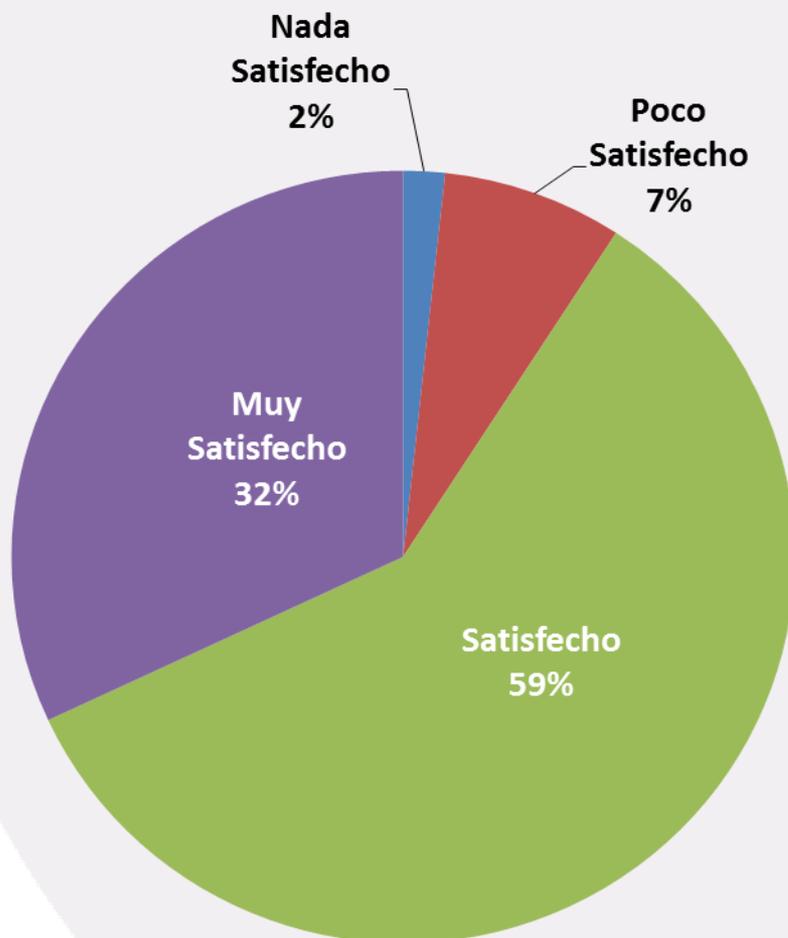
2. Restricciones metodológicas

Se han incluido en el cuestionario, una batería de preguntas en relación al nivel de satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria, que han sido formuladas únicamente a los usuarios de las Guaguas Municipales de Las Palmas de G. C. Estos son los que forman parte de la población objeto de estudio definida para el propósito de la investigación de la Satisfacción de los usuarios de Guaguas Municipales. Esta población es un subconjunto de la población residente o no en Las Palmas de Gran Canaria. Su opinión puede no ser representativa de las opiniones de la población formada por personas residentes o no residentes, usuaria o no usuaria de Guaguas Municipales.

Es necesario considerar los datos sobre estas preguntas, con precaución y a título meramente informativo, ya que el perfil de la muestra entrevistada no se corresponde con el perfil de la población total de la ciudad de Las Palmas de Gran Canaria, resultando en consecuencia que estos datos no son válidos para hacer inferencias estadísticas sobre dicha población total .

9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

Satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria



Satisfechos + Muy Satisfechos:

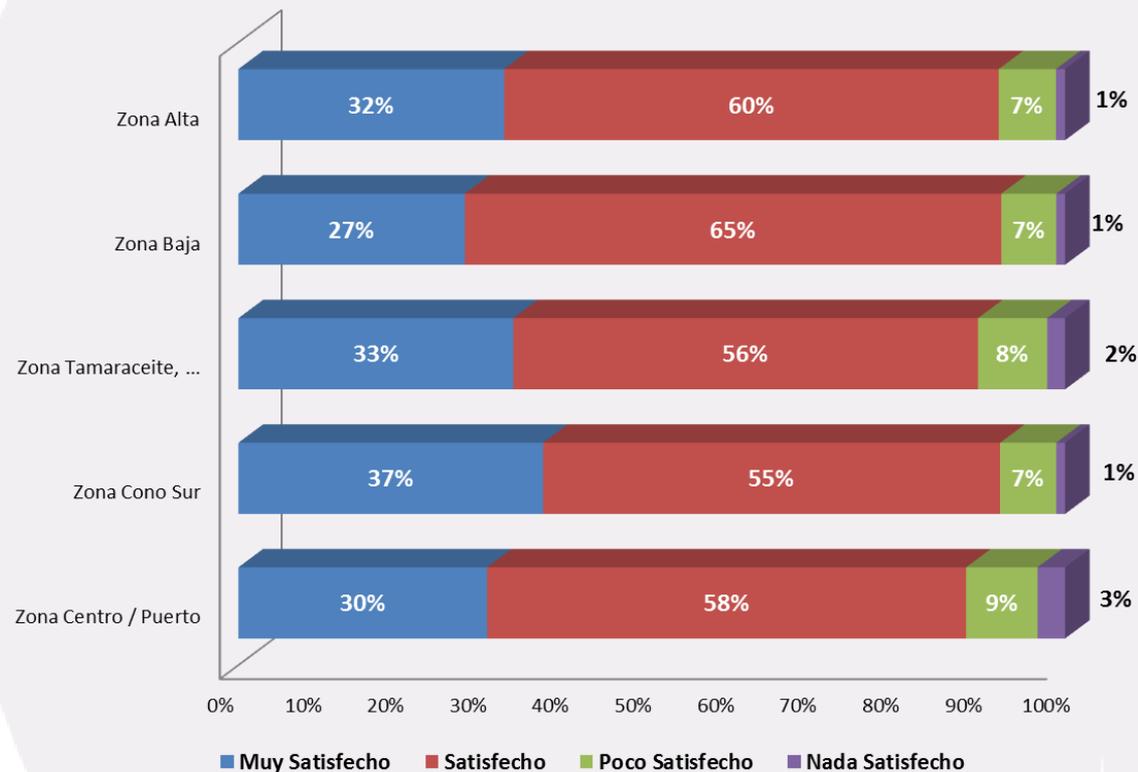
91%

Nada Satisfecho + Poco

Satisfecho: 9%

9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

Satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria por zonas



Mayores niveles de insatisfechos en las Zonas Centro/ Puerto y Tamaraceite

Nivel de Satisfacción vivir en LPA	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta
Muy Satisfecho + Satisfecho	88%	92%	89%	92%	92%
Poco + Nada Satisfecho	12%	8%	11%	8%	8%

9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

Satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria

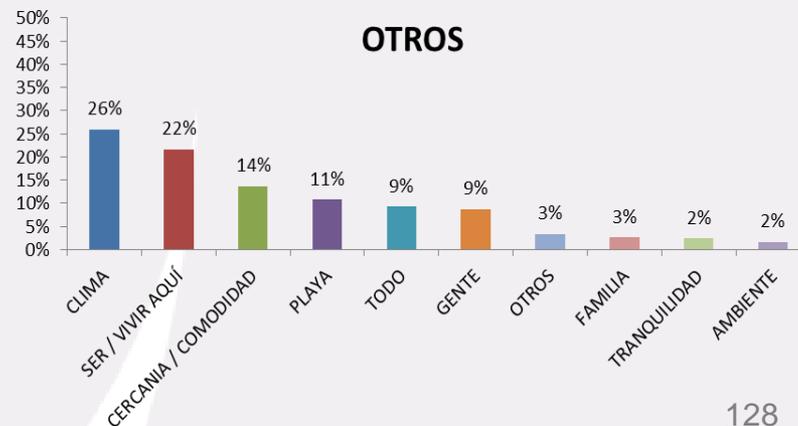
Motivos por los que está satisfecho



Principales motivos de satisfacción:

- Ocio, cultura, deporte (15%)
- Otros (14%)
- Transporte movilidad (13%)

OTROS



9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

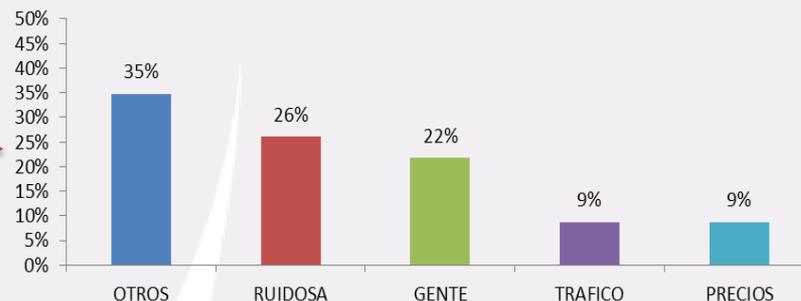
Satisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria

Motivos por los que no está satisfecho



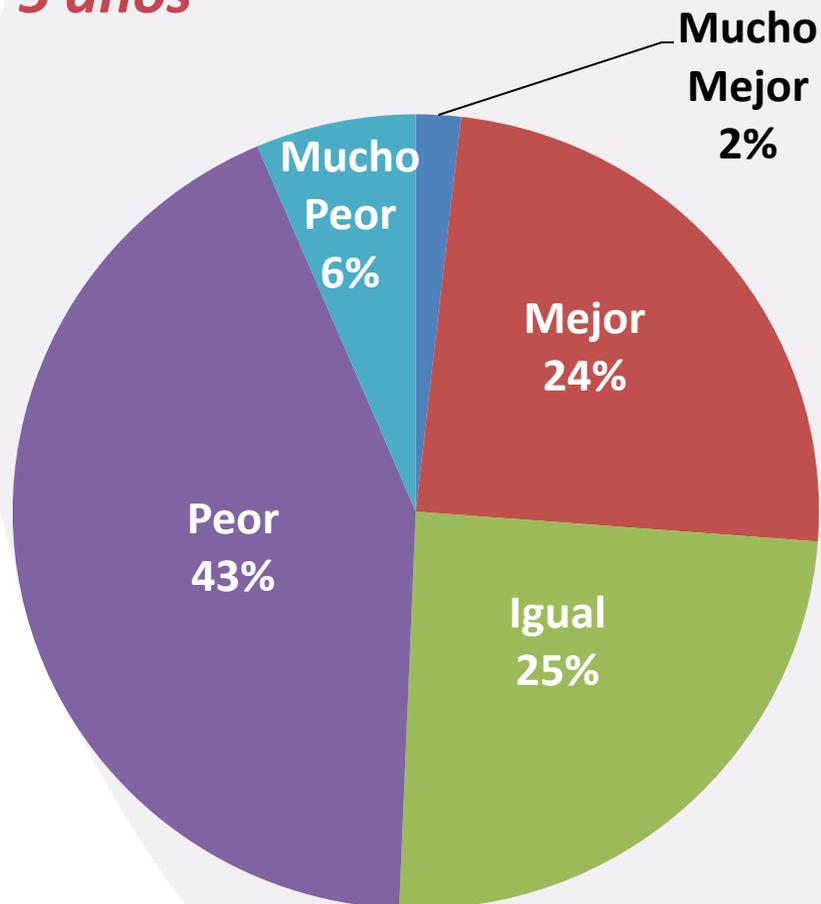
Principales motivos de insatisfacción:

- Empleo y mercado laboral (24%)
- Atención sanitaria (13%)
- Educación (11%)



9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

Percepción de la evolución de Las Palmas de G.C. en los últimos 5 años



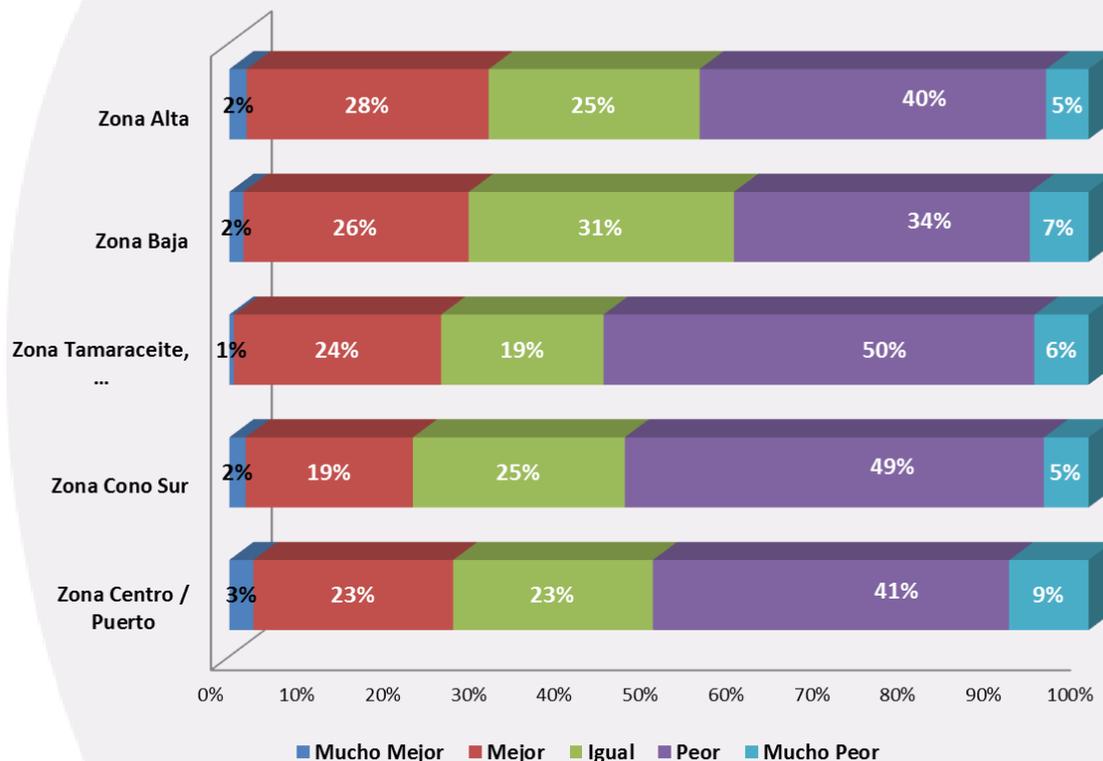
**Mucho mejor + Bastante mejor:
26%**

**Igual:
25%**

**Peor + Mucho Peor:
49%**

9. ANEXO: SATISFACCIÓN VIVIR EN LPGC

Percepción de mejora de Las Palmas de G.C. en los últimos 5 años por zonas



La zona Alta (30%) y Baja (28%) tiene una percepción mayor de mejora

Los encuestados de la zona Tamaraceite, San Lorenzo (56%) y Tenoya, y los del Cono Sur (54%), son los que tiene una percepción peor

Evolución de Las Palmas en últimos 5 años	Zona Centro / Puerto	Zona Cono Sur	Zona Tamaraceite, ...	Zona Baja	Zona Alta
Muy Satisfecho + Satisfecho	26%	21%	25%	28%	30%
Igual	23%	25%	19%	31%	25%
Poco + Nada Satisfecho	51%	54%	56%	41%	45%

3. Resumen de conclusiones y recomendaciones

El 91% de los encuestados (usuarios de Guaguas Municipales) están satisfechos y muy satisfechos con vivir en Las Palmas de Gran Canaria.

Entre los motivos de satisfacción se encuentra en primer lugar la dimensión que podríamos calificar como lúdica: el ocio , la cultura y el deporte, seguida en segundo lugar por el transporte y la movilidad, encontrándose en tercer lugar la oferta comercial y de servicios. (* Ver nota)

El empleo, la sanidad y la educación son los tres motivos principales de insatisfacción con vivir en Las Palmas de Gran Canaria, señalados por los usuarios de Guaguas Municipales.

Recomendaciones

Sugerimos tomar como referencia algunas buenas prácticas destacables, en las que, para escuchar la voz del ciudadano, se sigue el principio de calidad y excelencia en la gestión que se refiere a la «toma de decisiones basadas en información y datos fiables» . Mediante la recogida periódica, sistemática y fiable de datos sobre la calidad de vida en las ciudades , se facilita el soporte sólido para las agendas públicas de trabajo y la priorización de los asuntos.

**Nota. El grupo «otros» está en segundo lugar, pero incluye una serie de variables entre las que destaca, por ejemplo, el clima. Esta variable representa un 3,64 % de los motivos de satisfacción, teniendo en cuenta que supone el 26 % del 14 % de motivos agrupados en la categoría «otros». El clima por tanto, estaría a continuación del lugar décimo.*

10. REFERENCIAS DE EBV



10. REFERENCIAS DE EBV



Ayuntamiento de Adeje



Mancomunidad de Ayuntamientos del Norte de Gran Canaria



10. REFERENCIAS DE EBV





Avenida Rafael Cabrera, 1 - 2do.10 - 35002 Las Palmas de Gran Canaria T: (+34) 928 323 023 F: (+34) 928 323 025 @: info@ebvconsultores.net

www.ebvconsultores.com