



# Encuesta de Satisfacción Transporte Colectivo Intendencia de Montevideo



[www.opcion.com.uy](http://www.opcion.com.uy)



## 0. Objetivos y metodología

# 0.1 Objetivos y metodología



## 1. Objetivos de Información

### Objetivos Generales -

- Brindar información objetiva y periódica del Nivel de Satisfacción General y por dimensiones de servicio de los pasajeros del Transporte Colectivo Urbano (TCU).
- Proveer de herramientas que permitan gestionar la mejora de la calidad del servicio a partir de información objetiva de calidad percibida de las distintas dimensiones del servicio.
- Contribuir a la obtención y comunicación de información que posibilite una evaluación objetiva de la calidad de los servicios de transporte colectivo urbano.

### Objetivos Específicos -

**1-** Medición Periódica de Niveles de Satisfacción General de Pasajeros con el Servicio de TCU.

**2-** Relevamiento de satisfacción de pasajeros con dimensiones del servicio: a) limpieza, b) ruidos molestos, c) trato del personal, d) cumplimiento horarios, e) estado de las unidades, f) aglomeración, f) info. a bordo y en paradas, g) etc.

**3-** Motivos de Insatisfacción General.

**4-** Evaluación/Ponderación de Impacto de: a) satisfacción con diferentes dimensiones del servicio; b) imagen general del servicio; c) percepción del precio; en indicadores claves de desempeño del sistema de TCU: d) satisfacción general de usuarios; e) actitud de fidelidad hacia el servicio; f) nivel de uso de servicio ( Metodología de Regresión Logística. *Key Driver Analysis*)

## 0.2 Objetivos y metodología

### 2. Metodología de la Investigación Utilizada

#### ENCUESTAS COINCIDENTALES



**Encuesta:** Permite medir, comprender y cuantificar la satisfacción de los clientes en relación al Servicio de Transporte Público en Montevideo.

##### ▪ Tipo de estudio

**Encuesta Cara a Cara Coincidental con Tablet al interior de los Ómnibus.**

**Cuestionario Semi-estructurado** de 12 preguntas + preguntas de segmentación. Total preguntas abiertas: 20%. Duración de la encuesta: 5 minutos.

**Total de casos:** 1320 encuestados

##### ▪ Selección de Encuestados y Operativa de Encuesta

**Sujeto Encuestado:** Pasajeros mayores de 18 años que se encuentren en tránsito dentro de la unidad de ómnibus que hayan abordado la unidad previo al ascenso del encuestador y hayan permanecido sobre la unidad al menos cuatro paradas al momento de ser encuestados.

**Horario de Encuesta:** Se encuesta de Lunes a Domingo en horario de 09:00 hrs. a 21:00 hrs..

**Universo:** Hombres y Mujeres mayores de 18 años que utilicen el servicio de TCU de la ciudad de Montevideo durante el plazo de ejecución de la encuesta entre las 09:00 hrs. a 21:00 hrs...

Se define la operativa de encuesta sobre la unidad para mejorar la logística y productividad de ejecución de la encuesta – logro de mayor cantidad de casos a igual costo – tomando recaudos para asegurar la experimentación del servicio – debe haber abordado la unidad cuatro paradas antes de ser encuestado – y que la presencia del encuestado no modifique el servicio – el encuestado debe estar en la unidad cuando el encuestador asciende al coche.

**Fecha de realización:** Desde el martes 15 de Agosto del 2017 hasta el viernes 15 de Septiembre del 2017.

## 0.3 Objetivos y metodología



### 3. Introducción

Las escalas utilizadas en el presente estudio son escalas de 10 puntos (de 1 «Muy insatisfecho a 10 «Extremadamente satisfecho».) A continuación se plantea un criterio para considerar si la satisfacción es alta, media o baja.

- **Satisfechos:** Se considera satisfechos a los encuestados que han calificado el atributo observado con un puntaje de 7, 8, 9 o 10. Significa que han recibido un buen servicio y que es muy probable que en el futuro sigan siendo fieles al prestador del servicio, ya que las expectativas se han confirmado en gran parte.
- **Satisfacción Regular:** Son aquellos que han evaluado con un puntaje de 5 o 6. Nos encontramos ante una zona de indiferencia, con niveles intermedios de satisfacción. Generalmente en este punto los usuarios se encuentran dispuestos a cambiar de proveedor siempre y cuando encuentren una mejor alternativa.
- **Insatisfechos:** Se califica de insatisfechos a aquellos individuos que han dado un puntaje menor o igual a 4. Significa que las expectativas previas de los usuarios no se han visto confirmadas. Estamos en una probable zona de desertión, donde los usuarios cambiarán de proveedor, salvo que los costos sean elevados o que no haya alternativas. Eventualmente podrían difundir comentarios negativos acerca de la institución.

Si bien las escalas originales son del 1 al 10, para comodidad del lector se presentará recodificada especificando en todo momento los criterios de transformación de las escalas

Se proponen los siguientes estándares o puntos de corte para determinar niveles de satisfacción generales:



#### **Satisfacción buena.**

Niveles de satisfacción alta superiores a 85% para el total de los encuestados permite hablar de un nivel de satisfacción buena con la institución.



#### **Satisfacción regular.**

Niveles de satisfacción alta entre 75% y 84,9% para el total de los encuestados hace referencia a un estado de satisfacción regular.



#### **Satisfacción crítica.**

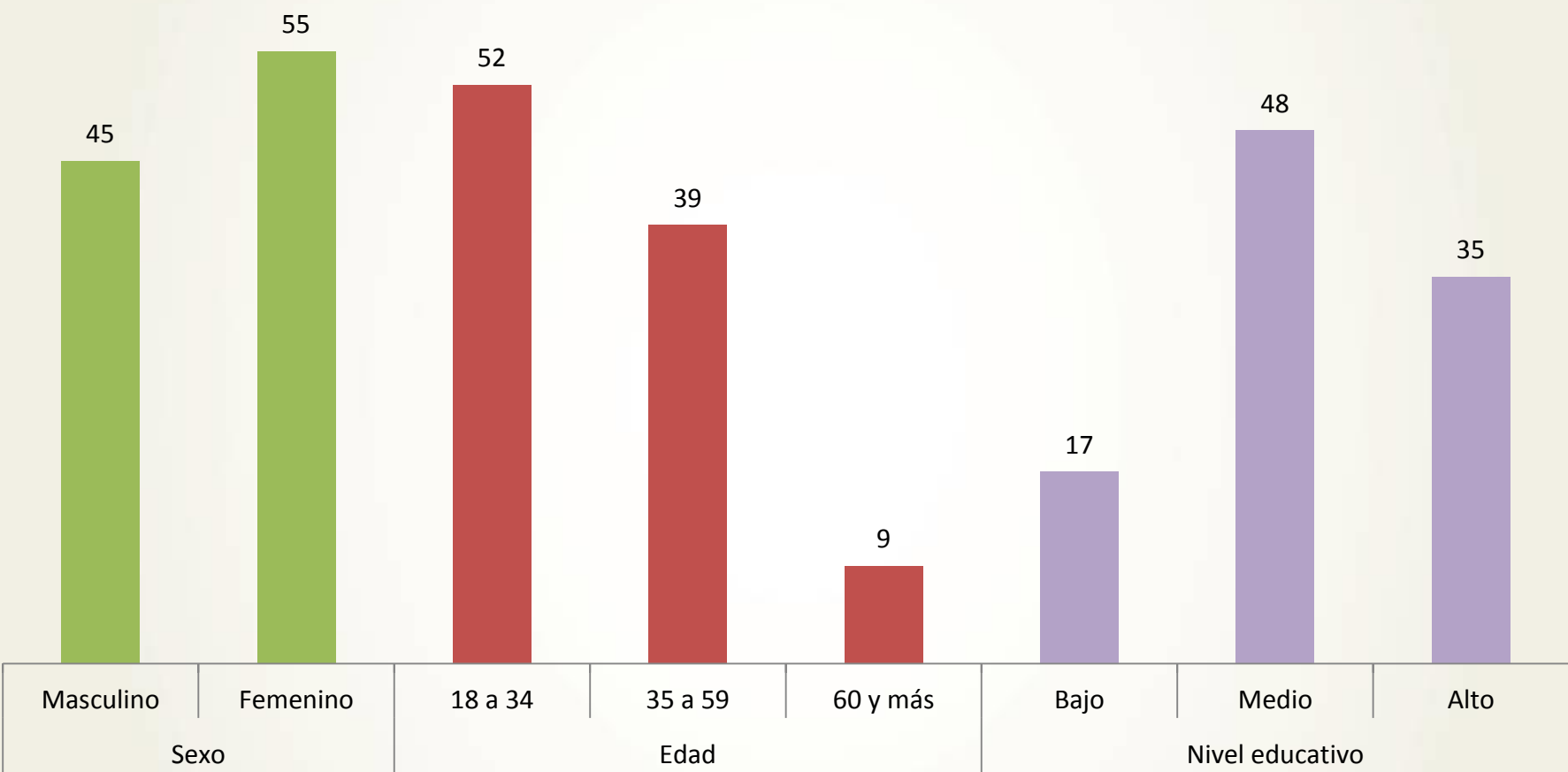
Niveles de satisfacción alta menores a 75% hablan de una situación de satisfacción crítica.

# **1. Caracterización de la muestra**

# 1.1 Caracterización de la muestra

N= 1320  
Total de encuestados

Caracterización de la muestra por sexo, edad, nivel educativo y región.

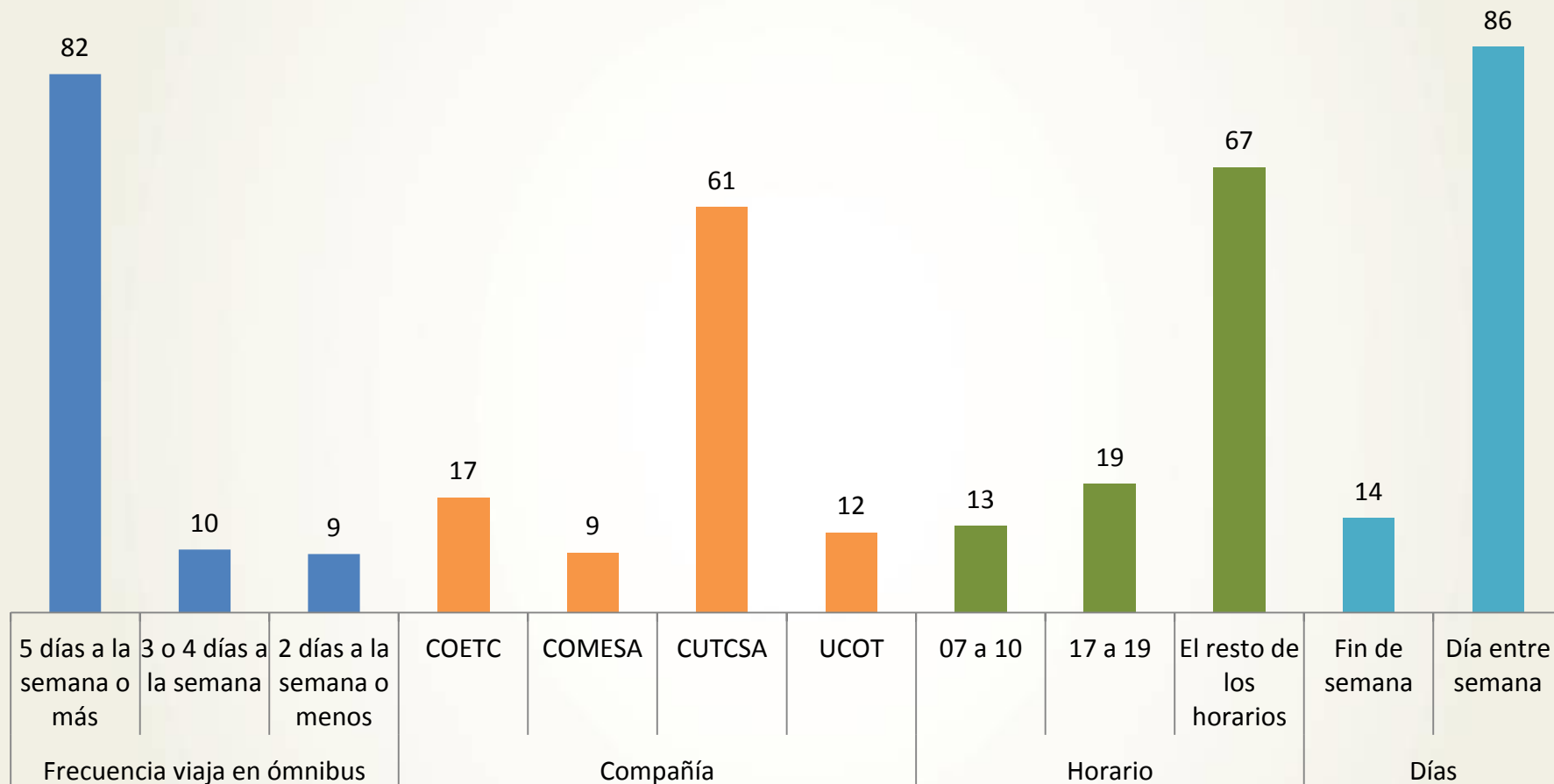


Nivel educativo: Bajo «Ciclo básico incompleto y primaria completa o incompleta» Medio «Ciclo básico completo y bachillerato o utu completo o incompleto» Alto «terciario universitario incompleto o completo y no universitario y posgrado»

## 1.2 Caracterización de la muestra

N= 1320  
Total de encuestados

Caracterización de la muestra por sexo, edad, nivel educativo y región.



Días: «Fin de semana» Sábado y domingo; «Días entre semana» Lunes, Martes, Miércoles, Jueves y Viernes.

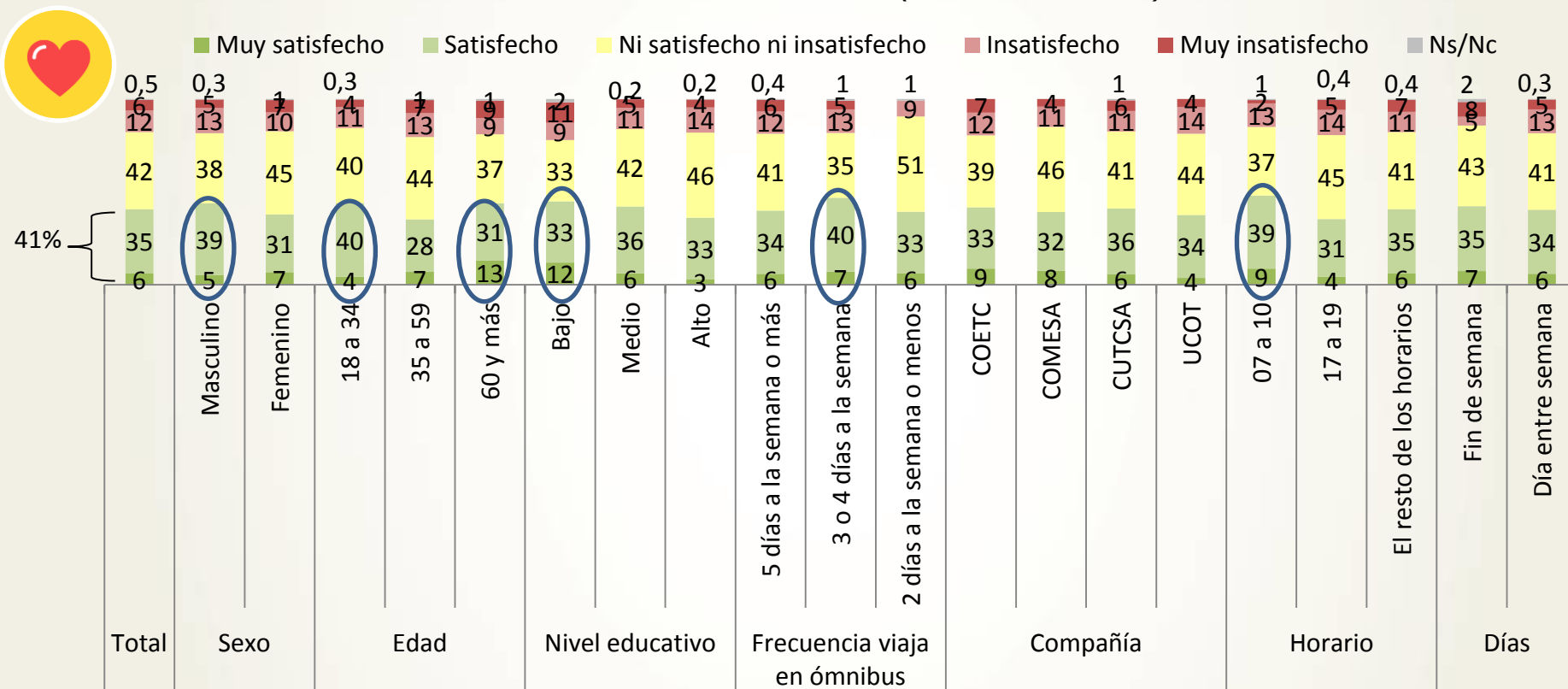
## **2. Satisfacción general del servicio**

## 2.1 Satisfacción general del servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción general del servicio

P3. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con el servicio brindado? (Escala del 1 al 10)



El 41% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). Crece la satisfacción en aquellos de menor edad, los de nivel educativo bajo y quienes viajan en ómnibus con una frecuencia de 3 o 4 días a la semana.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

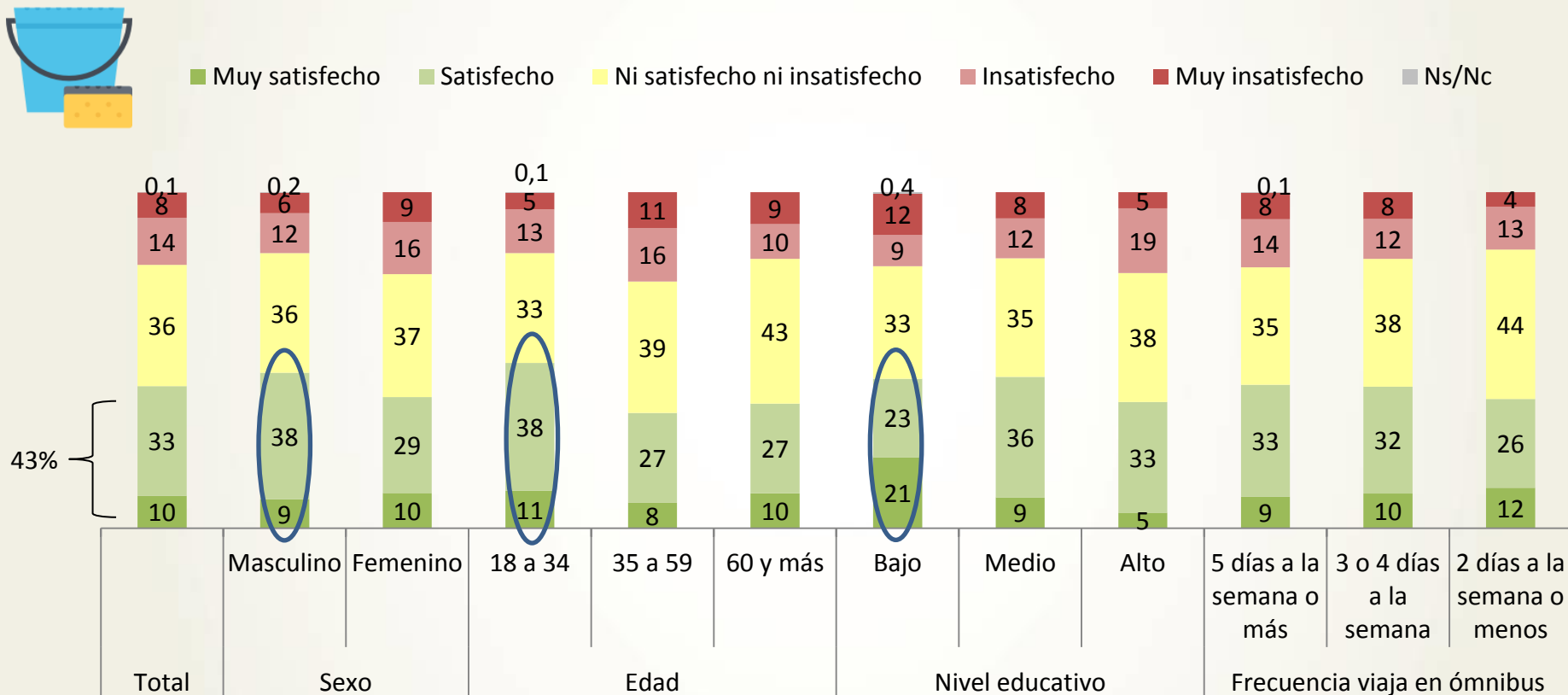
### **3. Satisfacción con atributos de servicio**

## 3.1 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la limpieza de las unidades

P4. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con la limpieza de las unidades? (Escala del 1 al 10)



El 43% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en hombres y población de menor edad.

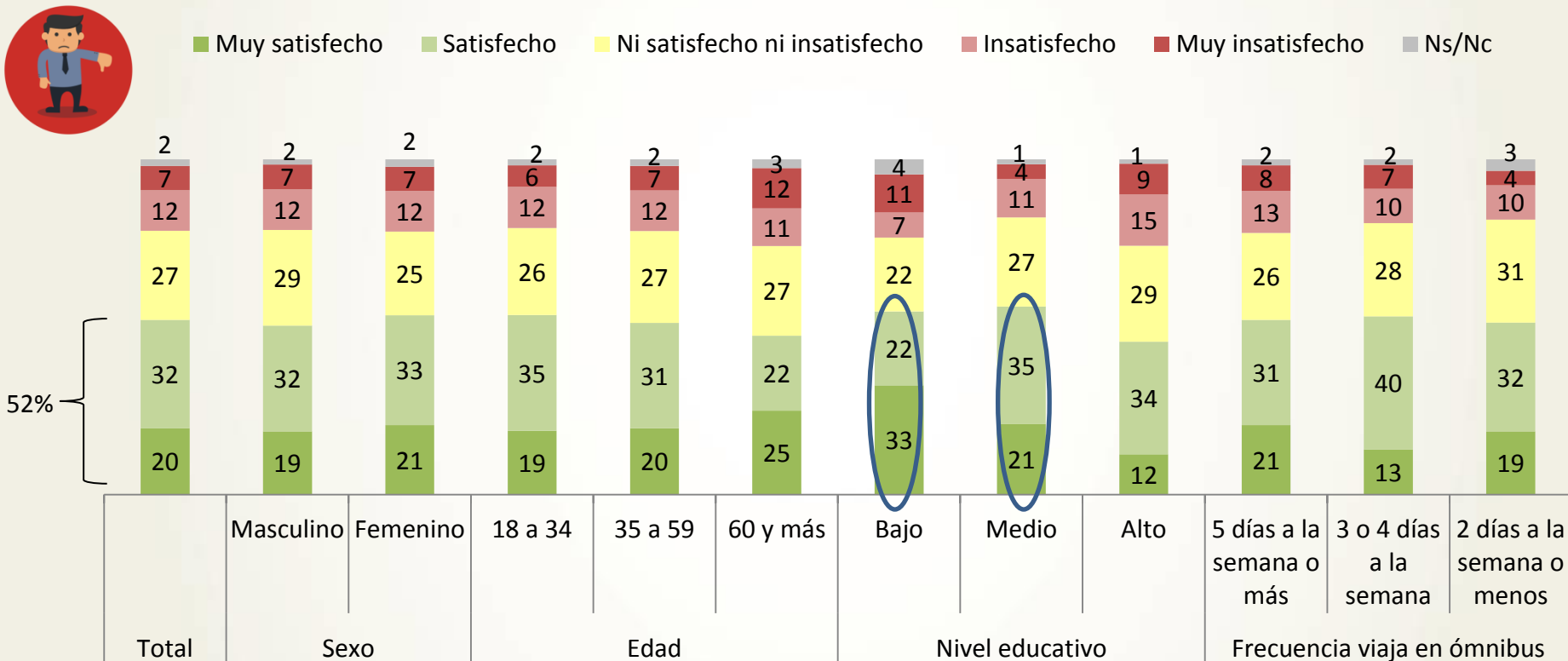
Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.2 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la ausencia de ruidos molestos

P5. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con la ausencia de ruidos molestos en las unidades? (música/ radio/ bocina/ motor / frenada) (Escala del 1 al 10)



El 52% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de nivel educativo bajo y medio.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

### 3.3 Satisfacción con atributos de servicio

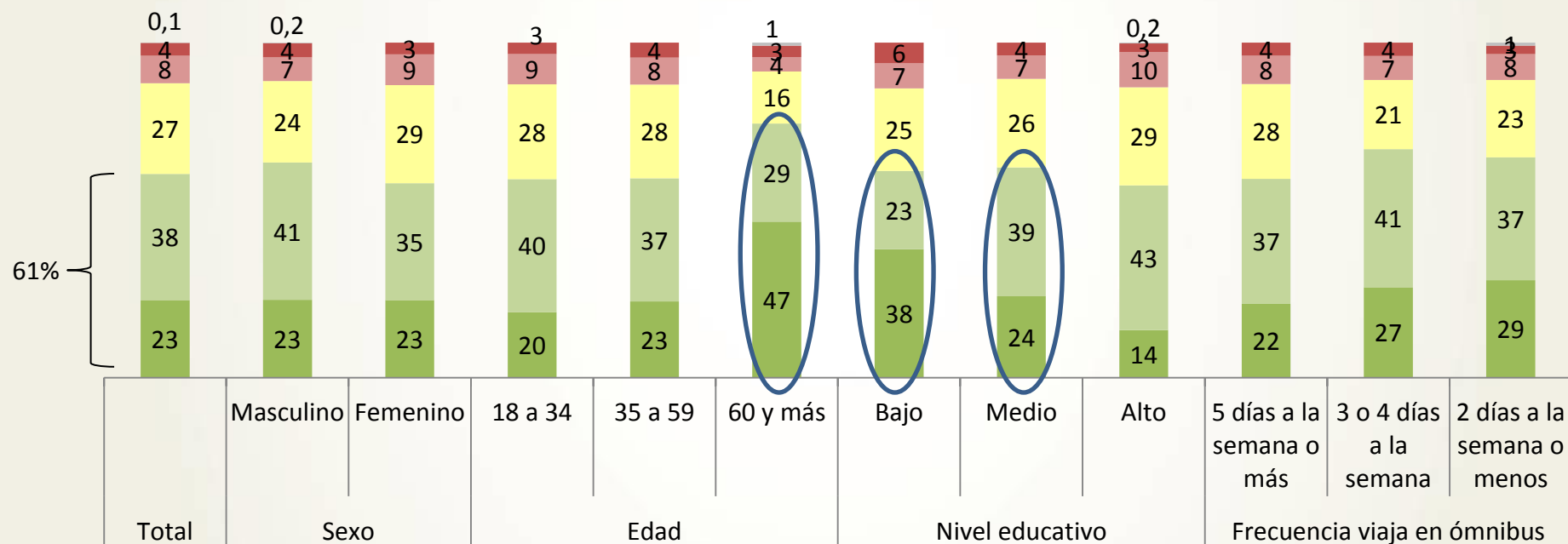
N= 1320  
Total de encuestados

#### Satisfacción con el trato del personal

P6. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con el trato del personal a bordo de las unidades? (Escala del 1 al 10)



■ Muy satisfecho 
 ■ Satisfecho 
 ■ Ni satisfecho ni insatisfecho 
 ■ Insatisfecho 
 ■ Muy insatisfecho 
 ■ Ns/Nc



El 61% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de mayor edad y los de nivel educativo bajo. También crece en quienes viajan en ómnibus con una frecuencia de 3 o 4 días a la semana.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.4 Satisfacción con atributos de servicio

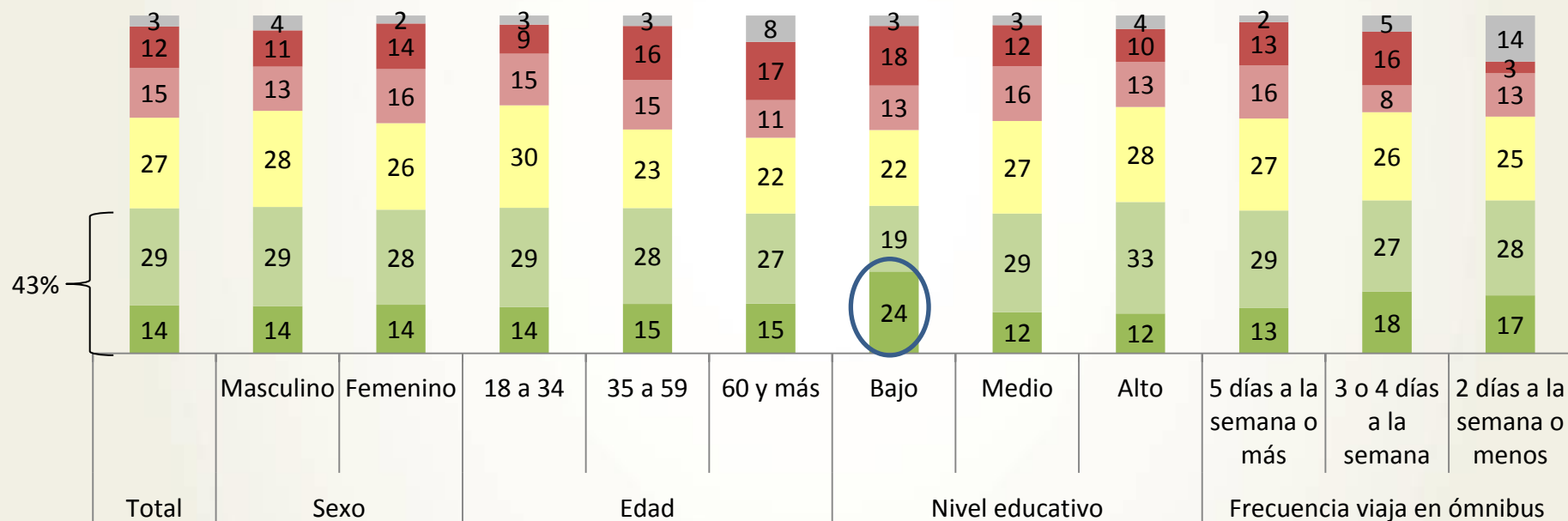
N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con horarios

P7. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con el cumplimiento de los horarios de las unidades? (Escala del 1 al 10)



■ Muy satisfecho 
 ■ Satisfecho 
 ■ Ni satisfecho ni insatisfecho 
 ■ Insatisfecho 
 ■ Muy insatisfecho 
 ■ Ns/Nc



El 43% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de nivel educativo alto y quienes viajan en ómnibus entre las 07 y 10 de la mañana.

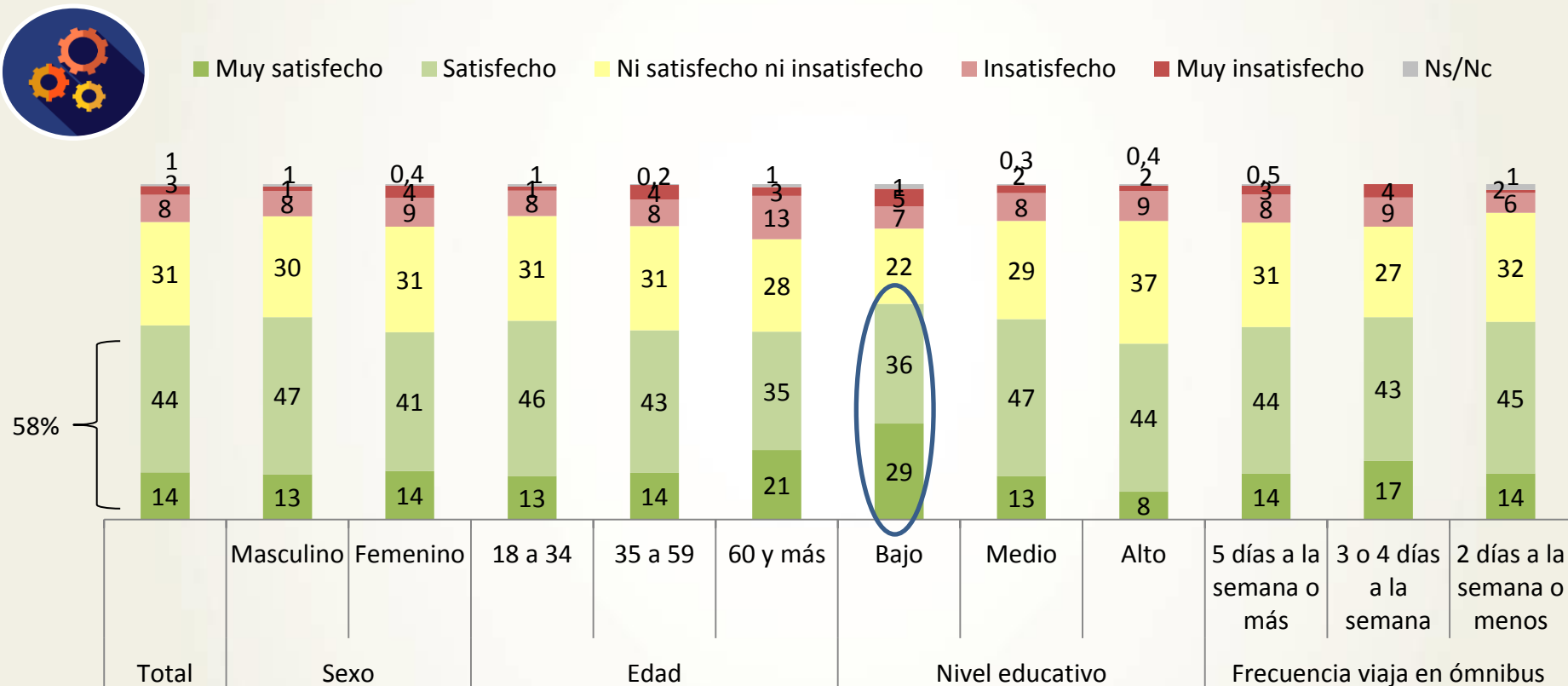
Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.5 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con el estado de las unidades

P8. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con el estado general de las unidades? (Escala del 1 al 10)



**El 58% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de nivel educativo bajo.**

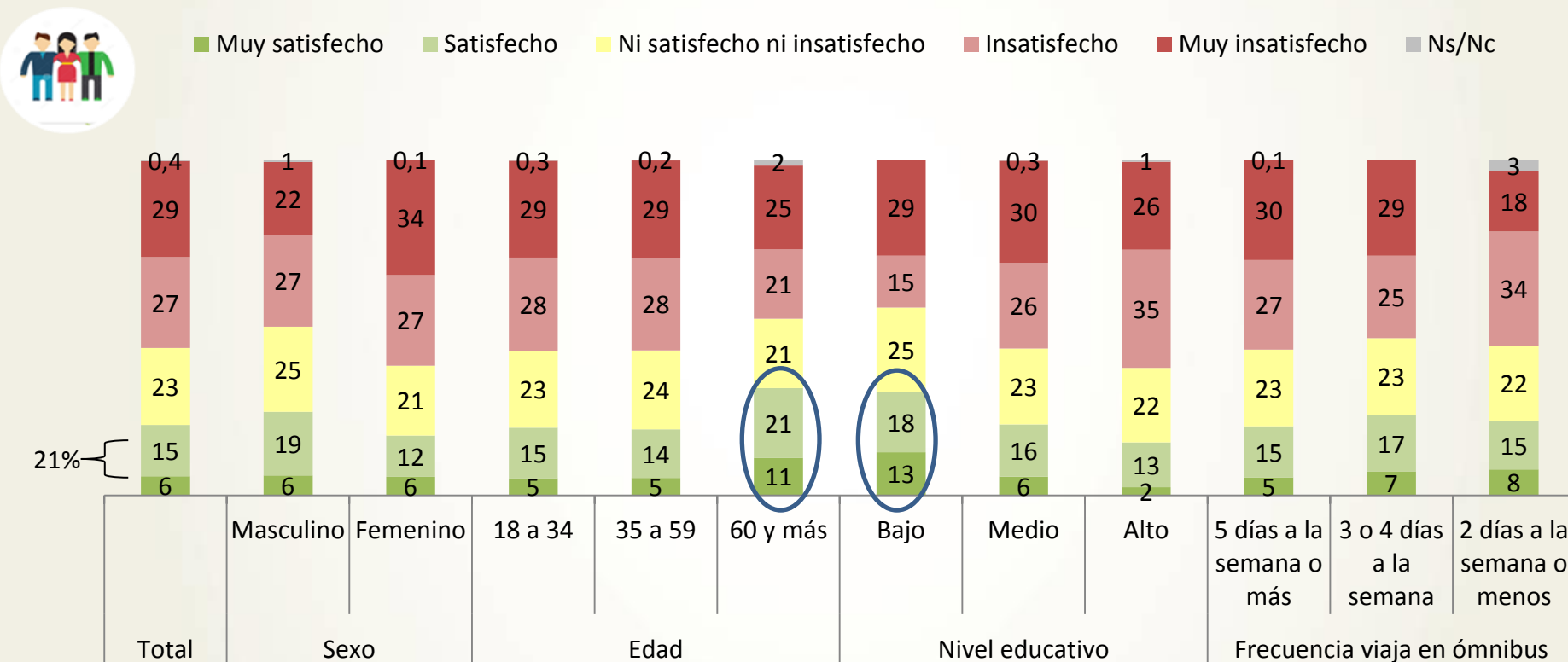
Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.6 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la aglomeración

P9. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con la aglomeración general en las unidades? (cantidad de gente que viaja en las unidades) (Escala del 1 al 10)



El 21% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de mayor edad y los de nivel educativo bajo. También en quienes viajan en ómnibus los fines de semana.

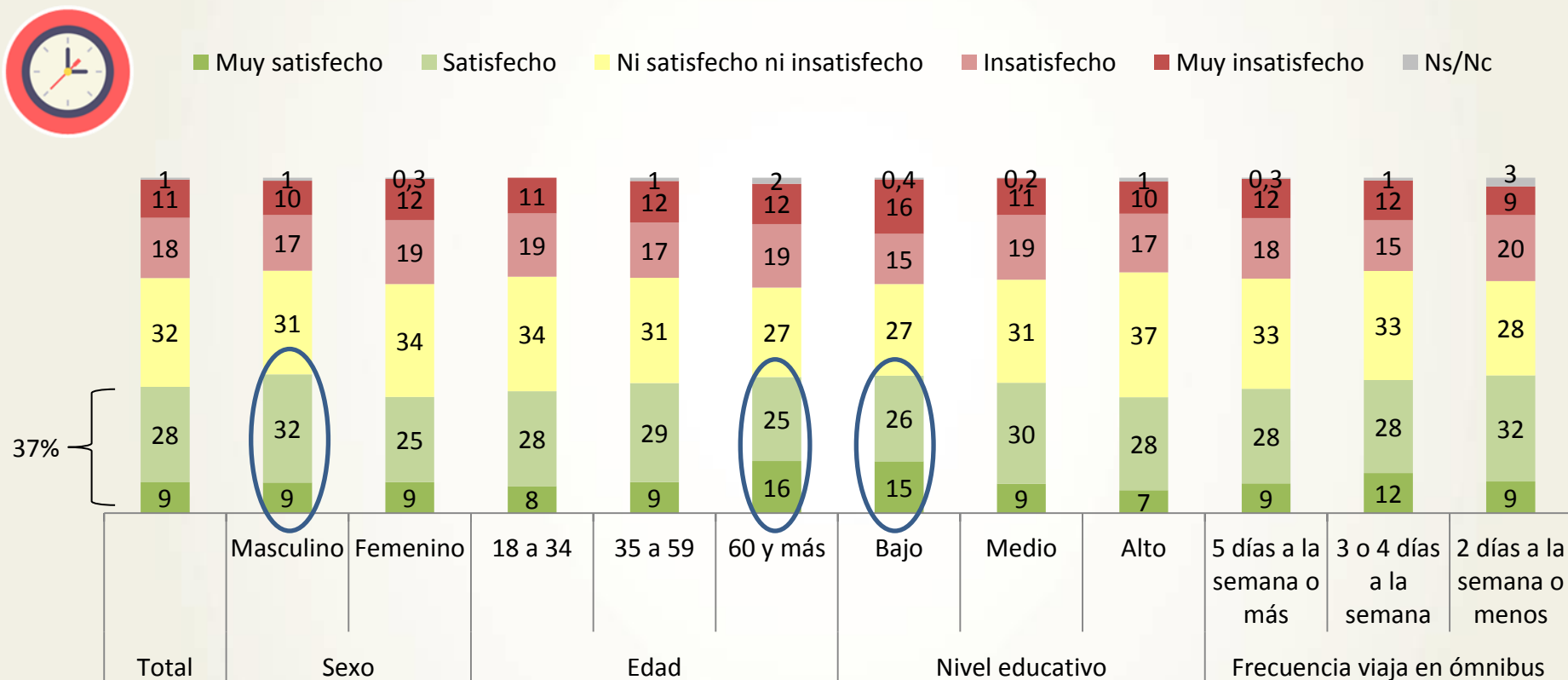
Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.7 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con el tiempo de espera

P10. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con el tiempo de espera general en las paradas? (Escala del 1 al 10)



El 37% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en los hombres, los de mayor edad y aquellos de nivel educativo bajo.

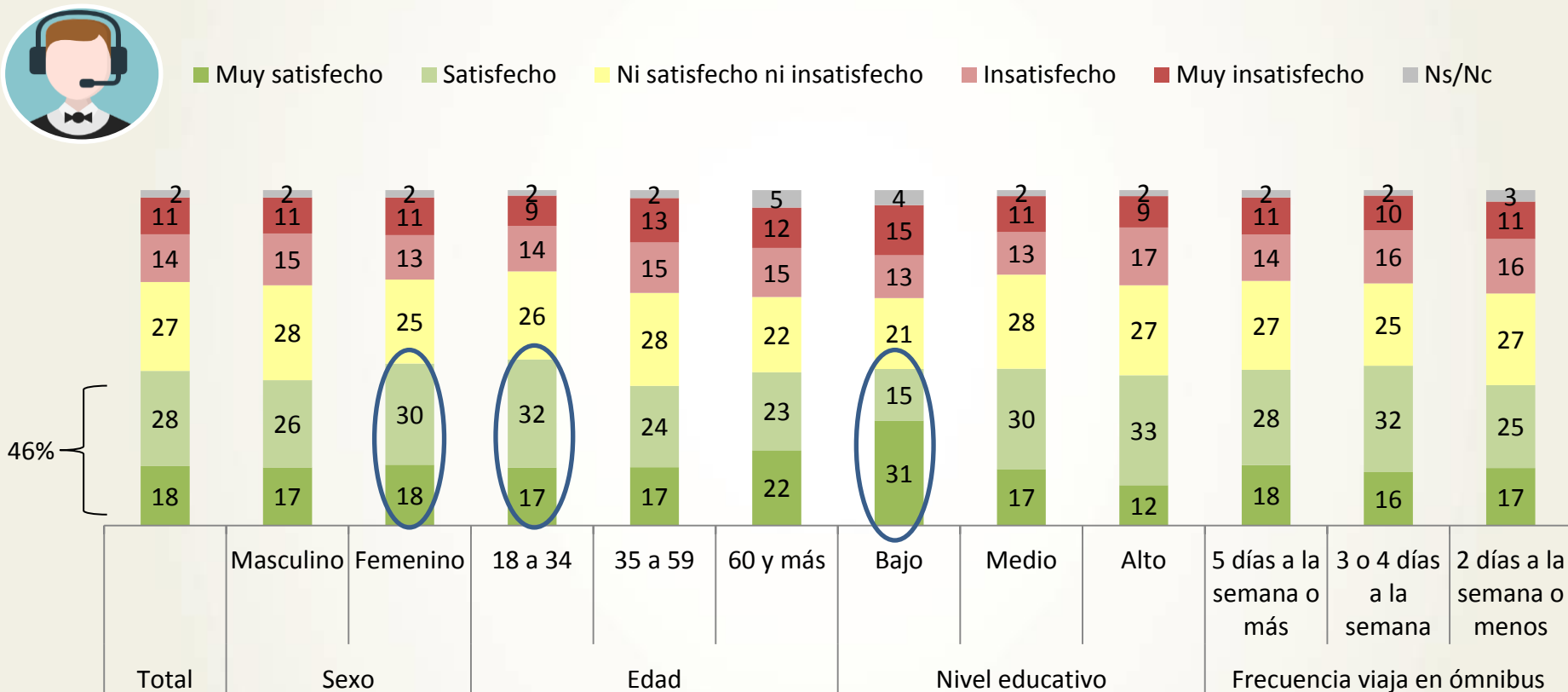
Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.8 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la información

P11. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con la información general a bordo y en las paradas? (Escala del 1 al 10)



El 46% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece entre las mujeres, la población de menor edad y de nivel educativo bajo.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

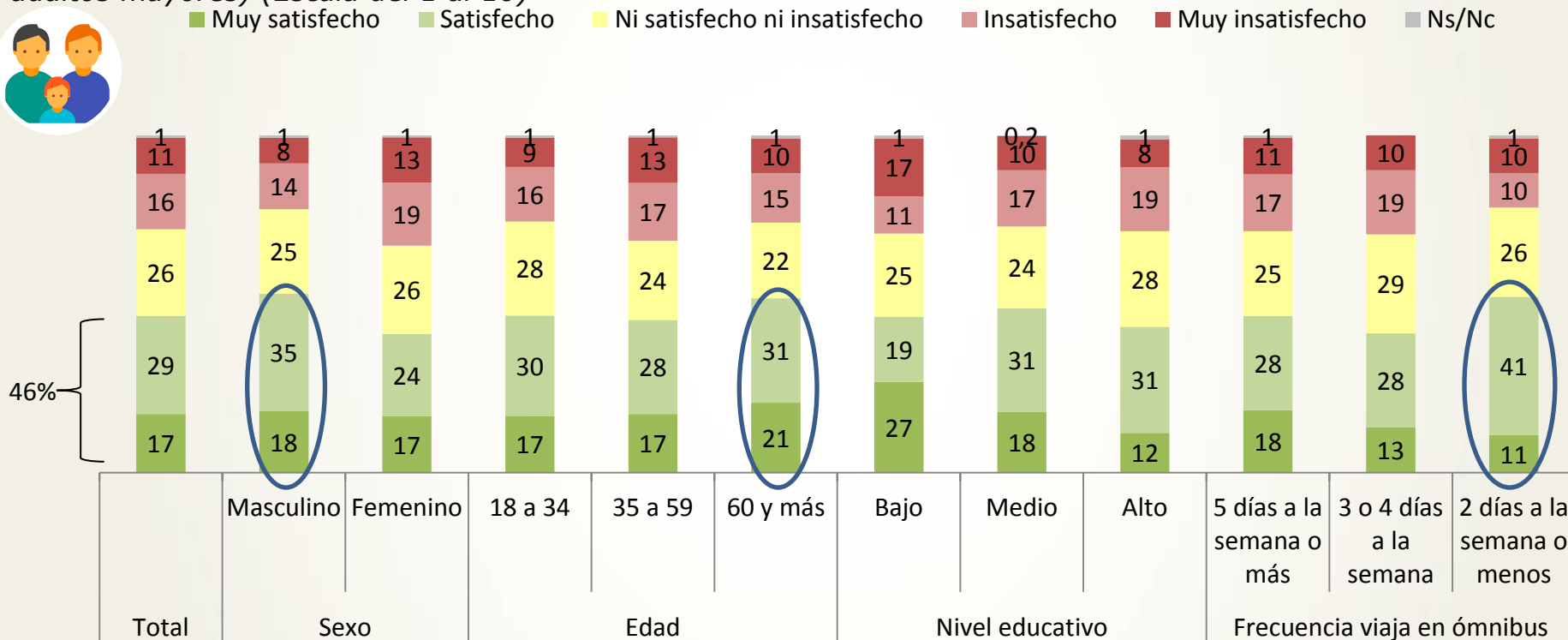
## 3.9 Satisfacción con atributos de servicio

N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la accesibilidad

P12. Tomando en cuenta todos los aspectos del servicio general de transporte urbano en Montevideo, ¿cuán satisfecho o insatisfecho se encuentra con la accesibilidad general de las unidades? (facilidad para acceder a la unidad cómodamente sólo/a o acompañado/a de una persona con discapacidad, con niños/as, embarazadas y/o adultos mayores) (Escala del 1 al 10)

■ Muy satisfecho ■ Satisfecho ■ Ni satisfecho ni insatisfecho ■ Insatisfecho ■ Muy insatisfecho ■ Ns/Nc



El 46% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en los hombres, aquellos de mayor edad, quienes viajan en ómnibus con una frecuencia de 2 días a la semana o menos y los que viajan los fines de semana.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.10 Satisfacción con atributos de servicio

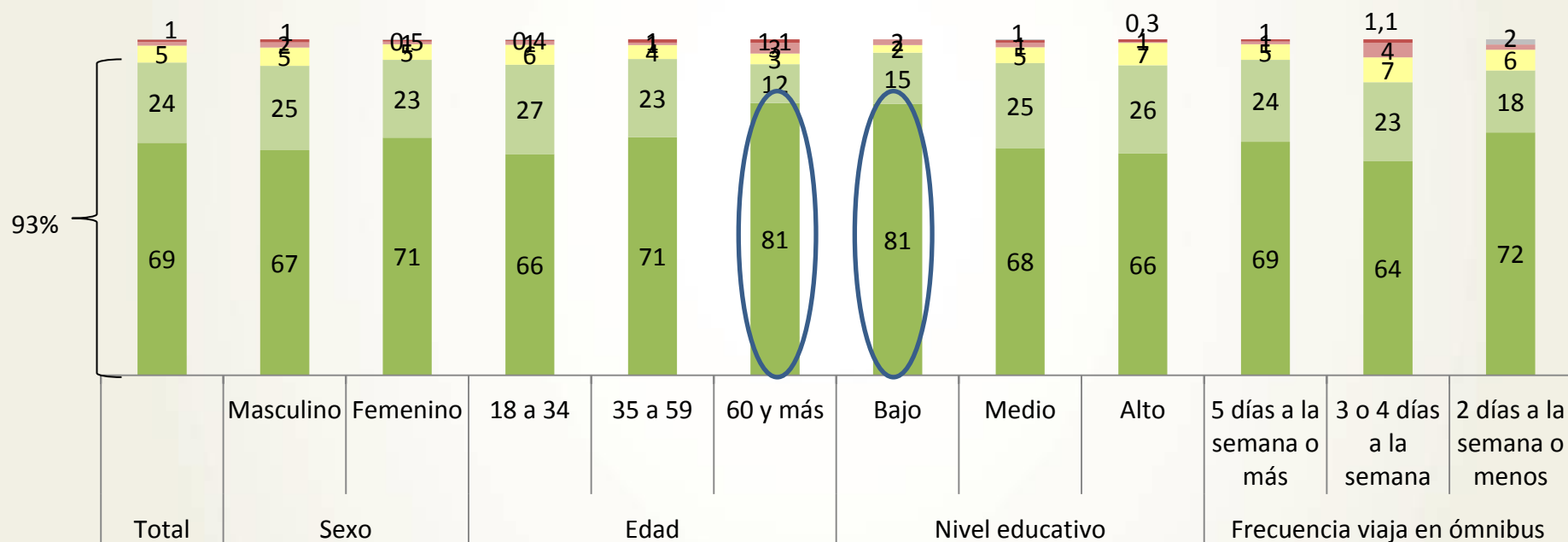
N= 1080  
Total de encuestados  
que utilizan tarjeta STM

### Satisfacción con la tarjeta STM

P14. Utilizando la misma escala del 1 al 10 ¿Cómo calificaría su satisfacción general con la tarjeta STM? (Escala del 1 al 10)



■ Muy satisfecho 
 ■ Satisfecho 
 ■ Ni satisfecho ni insatisfecho 
 ■ Insatisfecho 
 ■ Muy insatisfecho 
 ■ Ns/Nc



El 95% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción buena). La satisfacción crece en población de mayor edad y de nivel educativo bajo.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

## 3.11 Satisfacción con atributos de servicio

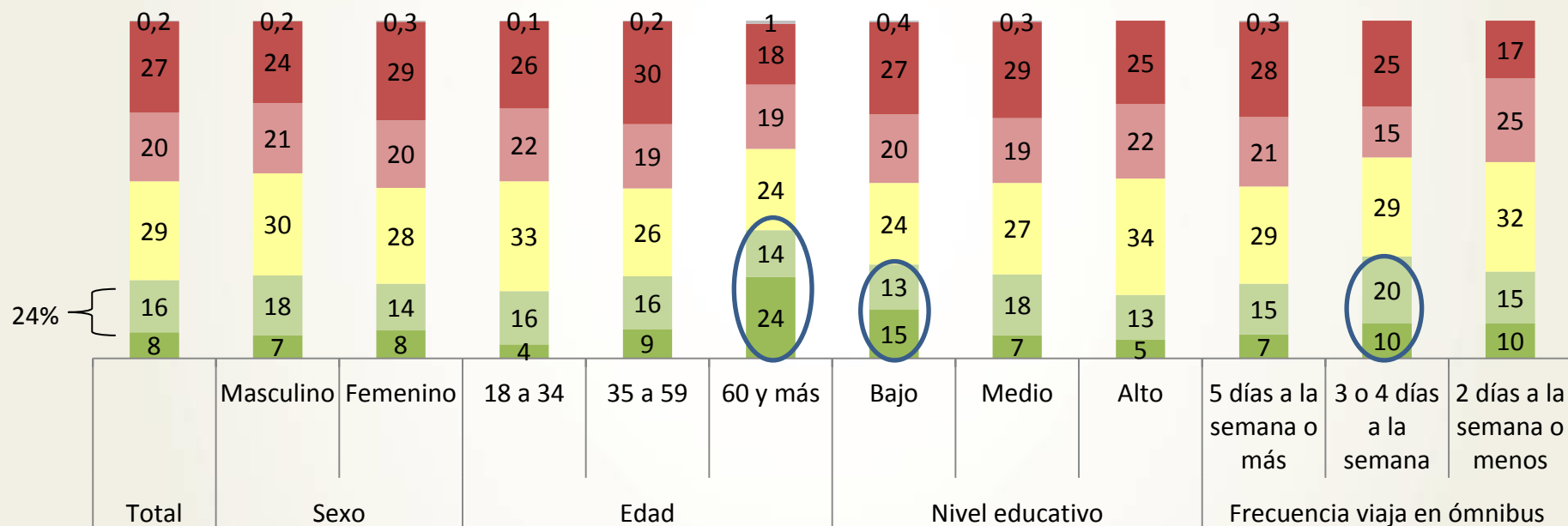
N= 1320  
Total de encuestados

### Satisfacción con la relación precio calidad

P17. En una escala del 1 al 10, en donde 1 es para nada conforme y 10 es muy conforme ¿Cuán conforme esta con la relación precio/calidad con el servicio de transporte urbano que recibe? (Escala del 1 al 10)



■ Muy conforme   
 ■ Conforme   
 ■ Ni inconforme ni conforme   
 ■ Inconforme   
 ■ Muy inconforme   
 ■ Ns/Nc



El 24% de los encuestados se encuentran satisfechos o muy satisfechos (Satisfacción crítica). La satisfacción crece en aquellos de mayor edad, los de nivel educativo bajo y quienes viajan en ómnibus con una frecuencia de 3 o 4 días a la semana.

Nota metodológica: «Muy satisfecho» (Puntaje 10 y 9) «Satisfecho» (Puntaje 8 y 7) «Ni satisfecho ni insatisfecho» (Puntaje 6 y 5) «Insatisfecho», (Puntaje 4 y 3) «Muy insatisfecho» (Puntaje 2 y 1)

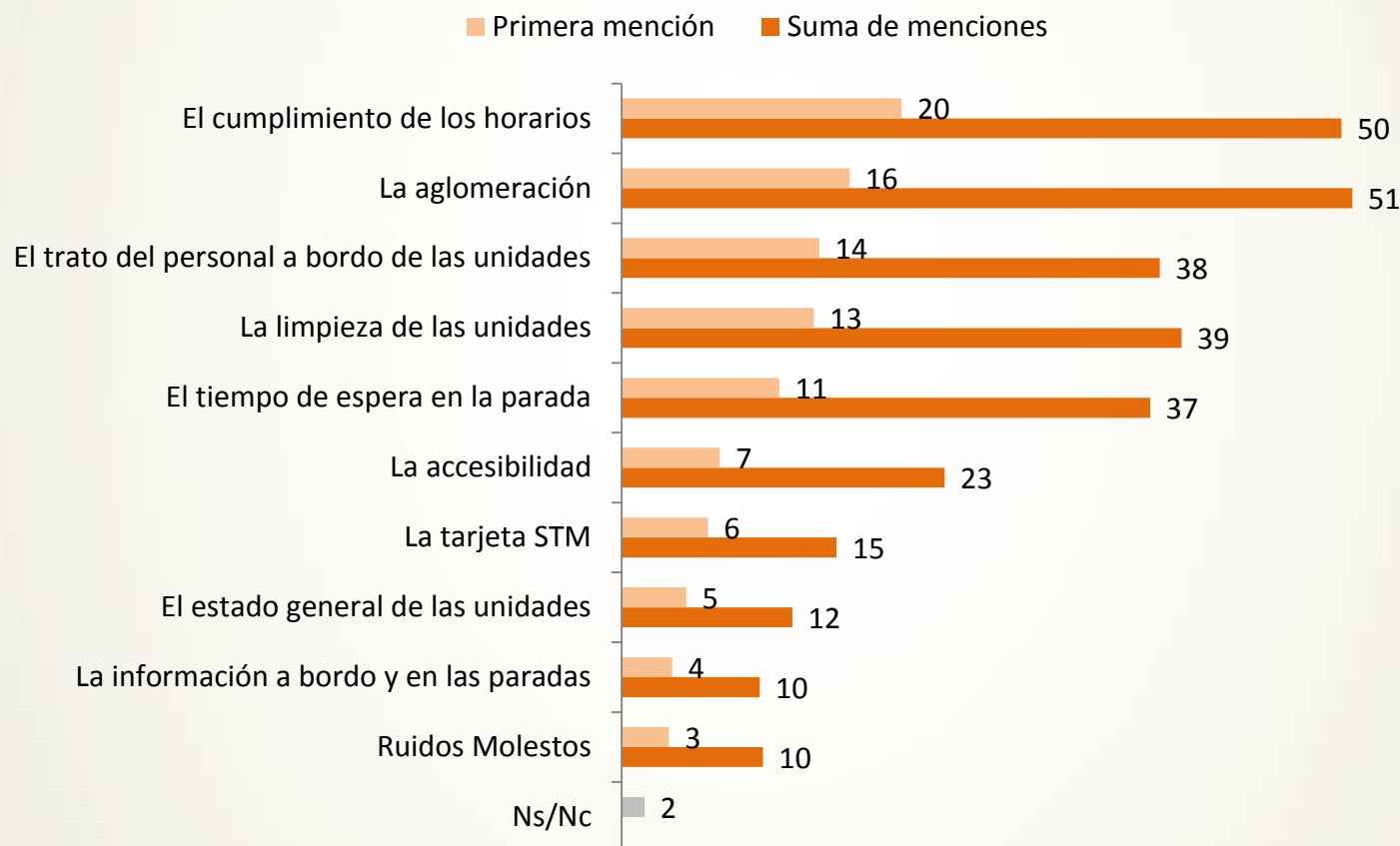
## 4. Expectativas y drivers de satisfacción

## 4.1 Expectativas y drivers de satisfacción

N= 1320  
Total de encuestados

### Aspectos importantes

P15. De los aspectos mencionados anteriormente, ¿cuál diría que es el aspecto más importante para usted a la hora de evaluar el servicio? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?



Entre los aspectos evaluados el cumplimiento de los horarios tiene mejor nivel de menciones en la primera mención, aunque en la sumatoria de menciones predomina la aglomeración, que considerando la primera mención queda en segundo lugar.

## 4.2 Expectativas y drivers de satisfacción

N= 1320  
Total de encuestados

### Aspectos importantes (Segmentación)

P15. De los aspectos mencionados anteriormente, ¿cuál diría que es el aspecto más importante para usted a la hora de evaluar el servicio? ¿Y en segundo lugar? ¿Y en tercer lugar?

|                                               | Total | Sexo      |          | Edad    |         |          | Nivel educativo |       |      | Frecuencia viaja en ómnibus |                        |                            |
|-----------------------------------------------|-------|-----------|----------|---------|---------|----------|-----------------|-------|------|-----------------------------|------------------------|----------------------------|
|                                               |       | Masculino | Femenino | 18 a 34 | 35 a 59 | 60 y más | Bajo            | Medio | Alto | 5 días a la semana o más    | 3 o 4 días a la semana | 2 días a la semana o menos |
| El cumplimiento de los horarios               | 20    | 21        | 18       | 19      | 21      | 16       | 19              | 19    | 20   | 19                          | 24                     | 19                         |
| La aglomeración                               | 16    | 15        | 17       | 16      | 17      | 13       | 13              | 16    | 17   | 16                          | 21                     | 13                         |
| El trato del personal a bordo de las unidades | 14    | 14        | 14       | 15      | 12      | 16       | 14              | 15    | 12   | 14                          | 10                     | 14                         |
| La limpieza de las unidades                   | 13    | 14        | 13       | 14      | 13      | 14       | 13              | 16    | 11   | 14                          | 6                      | 19                         |
| El tiempo de espera en la parada              | 11    | 9         | 12       | 10      | 12      | 13       | 9               | 11    | 12   | 12                          | 6                      | 6                          |
| La accesibilidad                              | 7     | 6         | 8        | 7       | 7       | 3        | 8               | 5     | 9    | 6                           | 10                     | 9                          |
| La tarjeta STM                                | 6     | 7         | 6        | 6       | 6       | 3        | 7               | 6     | 5    | 6                           | 9                      | 6                          |
| El estado general de las unidades             | 5     | 5         | 4        | 4       | 5       | 9        | 6               | 4     | 4    | 4                           | 7                      | 3                          |
| La información a bordo y en las paradas       | 4     | 3         | 4        | 3       | 4       | 3        | 4               | 3     | 4    | 4                           | 2                      | 4                          |
| Ruidos Molestos                               | 3     | 4         | 3        | 4       | 3       | 3        | 2               | 2     | 5    | 3                           | 3                      | 3                          |
| Ns/Nc                                         | 2     | 2         | 1        | 1       | 1       | 7        | 5               | 1     | 1    | 1                           | 2                      | 4                          |

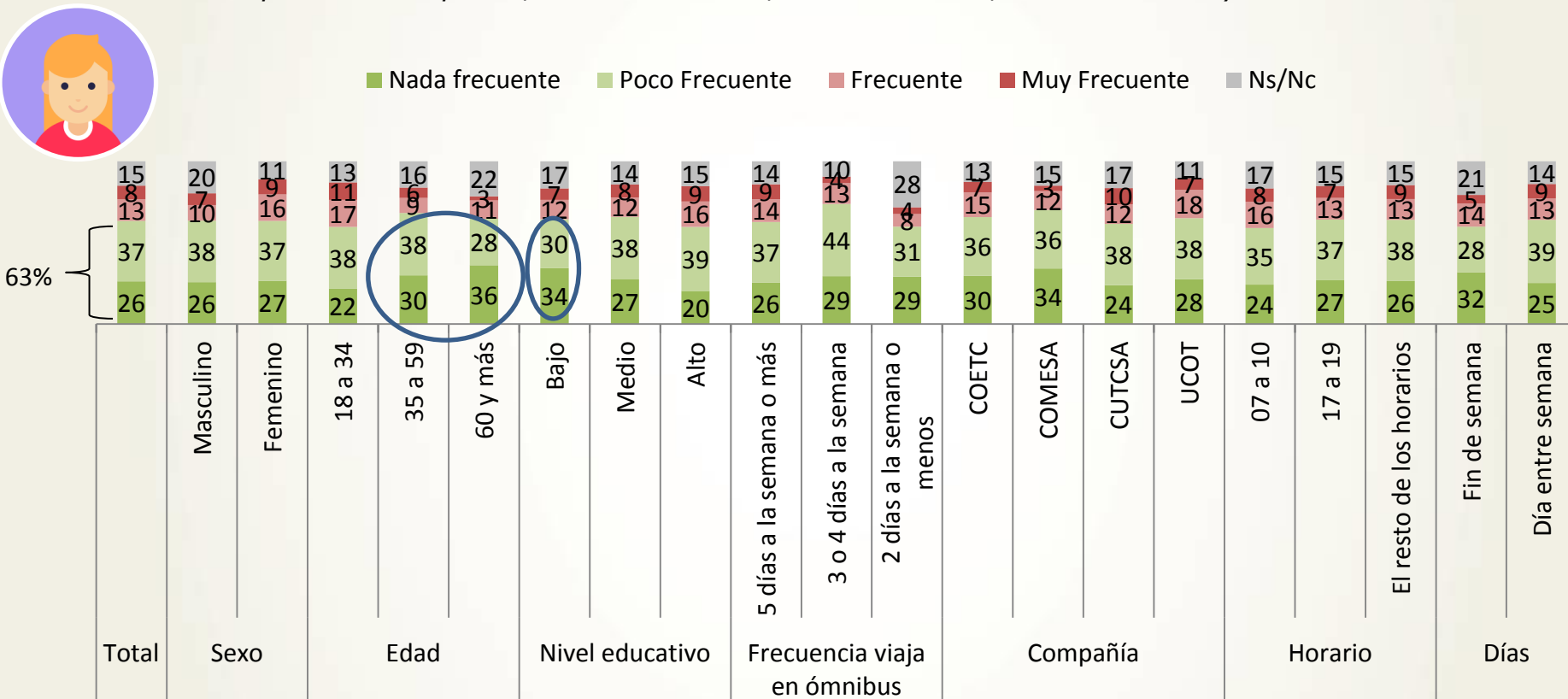
## 5. Discriminación

# 5.1 Discriminación

N= 1320  
Total de encuestados

## Acoso en las unidades de transporte

P16. Para ir finalizando, ¿Cuán frecuente cree que son las situaciones de acoso a las mujeres dentro de las unidades de transporte? Diría que es, ¿Nada frecuente, Poco frecuente, Frecuente o Muy frecuente?



El 63% de los encuestados entienden que las situaciones de acoso en el medio de transporte son nada o poco frecuentes. Esta postura se incrementa entre los encuestados de mayor edad y los de nivel educativo bajo

## 6. Expectativas y regresión logística

## 6.1 Expectativas y regresión logística

### Evaluación de impacto de drivers en satisfacción general



Con éste gráfico podemos determinar cuales son las variables independientes con más capacidad predictiva en cuanto a la satisfacción general, siendo en este caso la relación precio calidad, aglomeración y tiempo de espera en las paradas.

Nota metodológica: (realizado en base a regresión logística)

Aquí tenemos una representación relativizada de los coeficientes beta de la regresión logística, estos coeficientes representan el grado de importancia de las variables independientes en cuanto a la predicción de la variable dependiente (satisfacción general).

## 6.2 Expectativas y regresión logística

### Regresión logística

#### Aspectos prioritarios mejor evaluados

Estado de las unidades

#### Aspectos prioritarios peor evaluados

Relación precio calidad

Aglomeración

Tiempo de espera en las paradas

Limpieza

#### Aspectos de segundo nivel mejor evaluados

Trato del personal

Ruidos molestos

Accesibilidad

Información en las paradas

#### Aspectos segundo nivel peor evaluados

Cumplimiento del horario

Se recodifican en el modelo de regresión las variables de tal manera que los valores superiores a 6 serán en las variables del modelo los valores de «satisfacción», y los inferiores a 7 los de «insatisfacción». Por lo tanto nuestras variables de análisis en este apartado será dicotómicas y encontraremos el grado de *influencia* y *rendimiento*.

**Aspectos prioritarios mejor evaluados:** Aquellas variables cuyo B (Beta) es **mayor** al porcentaje que le correspondería si todas las variables influyeran de igual manera sobre la satisfacción general y, además, el promedio de rendimiento en dicha variable es **mayor** al promedio de la satisfacción general.

**Aspectos secundarios mejor evaluados :** Aquellas variables cuyo B (Beta) es **menor** al porcentaje que le correspondería si todas las variables influyeran de igual manera sobre la satisfacción general y, además, el promedio de rendimiento en dicha variable es **mayor** al promedio de la satisfacción general.

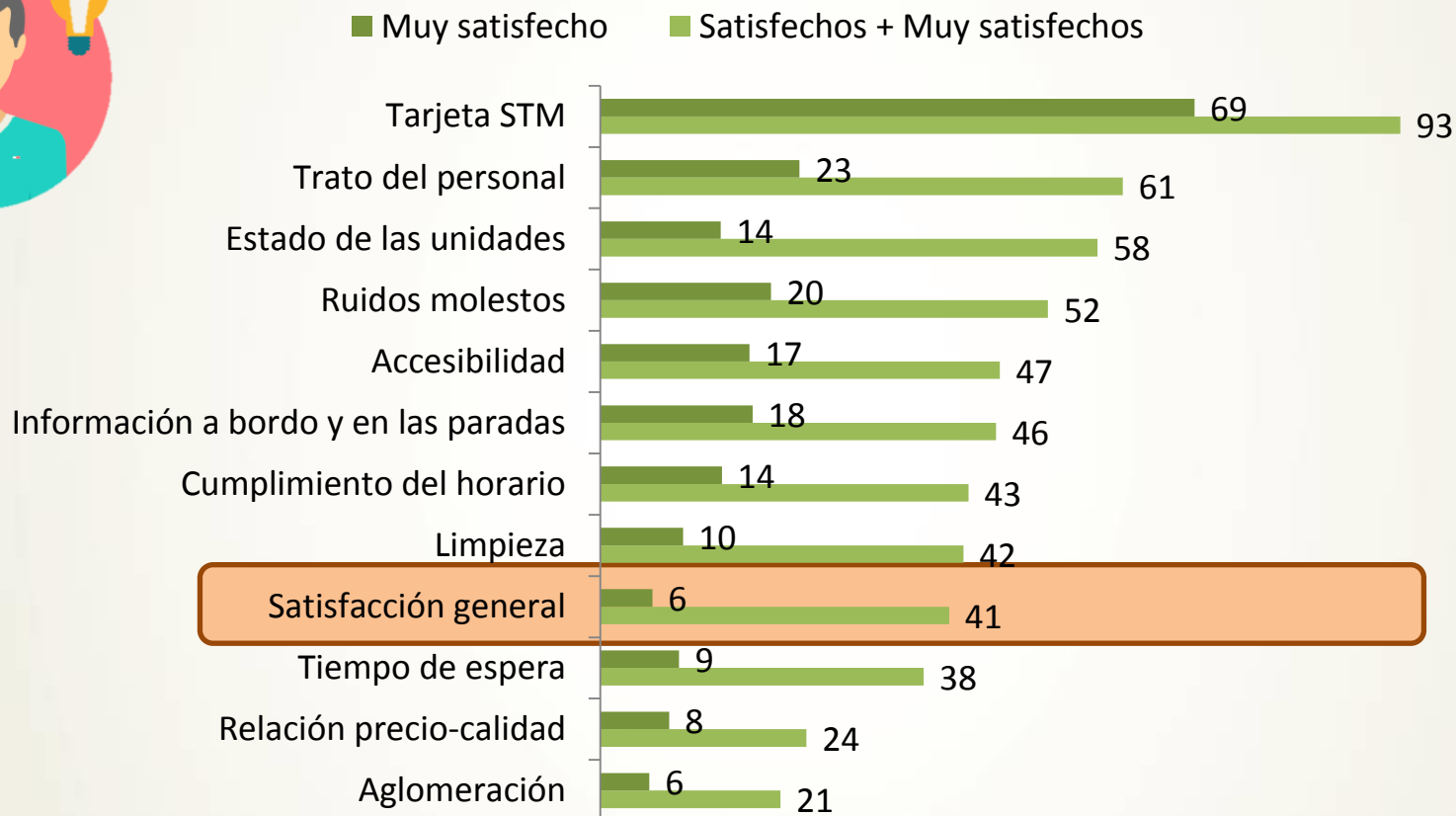
**Aspectos prioritarios peor evaluados: :** Aquellas variables cuyo B (Beta) es **mayor** al porcentaje que le correspondería si todas las variables influyeran de igual manera sobre la satisfacción general y, además, el promedio de rendimiento en dicha variable es **menor** al promedio de la satisfacción general.

**Aspectos secundarios peor evaluados:** Aquellas variables cuyo B (Beta) es **menor** al porcentaje que le correspondería si todas las variables influyeran de igual manera sobre la satisfacción general y, además, el promedio de rendimiento en dicha variable es **menor** al promedio de la satisfacción general.

## 7. Conclusiones

# 7.1 Conclusiones

## Resumen



El atributo mejor evaluado es el de la tarjeta STM que concentra entre sus satisfechos y muy satisfechos al 93% de encuestados, le sigue el trato al personal con un 61% y el estado de las unidades con un 58%

Nota metodológica: «Muy satisfechos» Puntajes 10 y 9; «Satisfechos» Puntajes 8 y 7

## 7.3 Conclusiones



### Conclusiones

- La satisfacción de los usuarios de los medios de transporte público urbano presenta niveles, sobre todo a mejorar.
- Respecto a la satisfacción general, al considerar al conjunto «Satisfechos + Muy satisfechos» (puntajes 7 a 10) se alcanza un nivel de 41% de usuarios satisfechos.
- Los mejores niveles de evaluación se dan en torno a la tarjeta STM que concentra al 93% entre puntajes 7 y 10 y al 69% entre 9 y 10
- Los aspectos prioritarios mejor evaluados (aquellos atributos que tienen un desempeño superior al conjunto promedio de atributos y más significancia en el modelo de regresión) son: la limpieza y el cumplimiento del horario
- Los aspectos secundarios mejor evaluados (Atributos que tienen un buen desempeño en relación al conjunto de atributos pero que no son relevantes en el modelo estadístico) son: Ruidos molestos, trato del personal, estado de las unidades, información en las paradas, accesibilidad y tarjeta STM.
- **Las mejoras prioritarias (aspectos peor evaluados de mayor relevancia estadística) son: Limpieza; Aglomeración; Tiempo de espera en las paradas; Relación precio calidad.**
- Las mejoras secundarias (Son los atributos con mal desempeño y de segundo nivel de relevancia en el modelo estadístico) son: la aglomeración y el tiempo de espera.

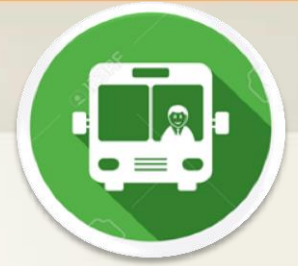
## 7.4 Conclusiones



### Conclusiones

- A lo largo del estudio, se observa una leve tendencia a una mayor satisfacción en los hombres en contraposición con las mujeres.
- Respecto a la edad, la satisfacción parece aumentar en ambos extremos del espectro, es decir jóvenes de 18 a 34 años y adultos mayores de 60 años o más.
- Sobre el nivel educativo, la satisfacción aumenta generalmente en aquellos de nivel educativo bajo.
- Respecto a la frecuencia que los encuestados viajan en ómnibus, en líneas generales la satisfacción baja en aquellos que viajan 2 días a la semana o menos.
- Cuando se analizan las diferentes compañías, COMESA presenta una leve tendencia a mayores niveles de satisfacción en sus usuarios.
- Respecto a los horarios, aquellos que viajan de 7 a 10 de la mañana presentan mayores niveles de satisfacción que el resto de los horarios.
- Por último, aquellos que viajan los fines de semana muestran mayores niveles de satisfacción que aquellos que viajan entre semana.
- Vale aclarar que en todos los casos nos encontramos ante tendencias leves o moderadas, en ningún segmento hay grandes diferencias significativas respecto a la satisfacción.

## 7.5 Conclusiones



### Sugerencias Finales

- Los niveles de satisfacción con los servicios de transporte colectivo urbano son bajos, impactando en bajos niveles de fidelidad hacia el servicio.
- Si bien la mayoría de las dimensiones del servicio requieren mejoras, hay algunas de las mismas que disponen de un impacto mayor en la satisfacción de los usuarios: Limpieza; Aglomeración; Tiempo de espera en las paradas; Relación precio calidad y Estado de las Unidades.
- La mayoría de las dimensiones de servicio son mejor evaluadas que los niveles de satisfacción general con el servicio, lo que puede estar indicando la incidencia negativa de la imagen general del servicio en la satisfacción de los usuarios.
- El trato del personal, aspecto de compleja gestión, recibe puntuaciones altas en relación a restantes dimensiones del servicio, representando de ese modo una fortaleza relativa.



[www.opcion.com.uy](http://www.opcion.com.uy) / Constituyente 1779 / (598) 2402 6509

