

ENCUESTA DE OPINIÓN A LOS PASAJEROS DEL TRANSPORTE INTERURBANO DE PASAJEROS

Introducción

Uno de los objetivos fundamentales de la CNRT es la protección de los derechos de los usuarios, para ello es necesario establecer canales de participación que permitan conocer las necesidades de los destinatarios de los servicios.

Si bien la CNRT ha habilitado diferentes canales para la recepción de reclamos y sugerencias de los usuarios, este sistema refleja las dificultades y problemas que se le han presentado a los usuarios que formularon su reclamo, por lo tanto resulta siempre una visión sesgada de la realidad que no es representativa de la opinión del usuario medio de los distintos modos de transporte.

Es por ello que para recabar la opinión del usuario medio por métodos que sean representativos del conjunto se recurre a otros instrumentos como pueden ser las encuestas de opinión. El conocimiento de la opinión de los usuarios es valioso. A través de él se detectan problemas que afectan al conjunto y se reciben comentarios como también sugerencias.

En esta instancia se ha relevado la opinión de los usuarios del transporte interurbano de pasajeros por automotor durante la temporada alta correspondiente al verano 2015.

Objetivos

Los objetivos perseguidos en este relevamiento son los siguientes:

- Detectar la percepción de los usuarios sobre la calidad de los distintos atributos del servicio recibido en el transporte interurbano de pasajeros de jurisdicción nacional.
- Entender la motivación del usuario para la elección de un servicio determinado.
- Conocer a través de los comentarios y sugerencias de los encuestados aquellos aspectos que deberían mejorarse para tener un servicio más acorde a sus expectativas.

Desarrollo de los relevamientos

Las tareas de campo se realizaron del 5 al 27 de febrero del año 2015, y consistieron en encuestas personales a pasajeros elegidos al azar en la Estación Terminal de Ómnibus de Retiro.

La muestra total fue de 3083 casos, de los cuales 1393 correspondieron a los pasajeros de los ómnibus que arribaron a la ETOR provenientes del interior y 1690 a los pasajeros que esperaban abordar los servicios que partían de la terminal.

Resultados obtenidos:**Pasajeros que llegan:***Caracterización del encuestado*

Sexo		
Femenino	855	61,4%
Masculino	538	38,6%
Total	1.393	100,0%

Grupo Etario		
Menos de 24	146	10,5%
25-39	610	43,8%
40-64	591	42,4%
65 o más	46	3,3%
Total	1.393	100,0%

Nacionalidad		
Argentino	1308	93,9%
Extranjero	85	6,1%
Total	1.393	100,0%

Nivel educativo		
Primario	86	6,2%
Secundario	912	65,5%
Terciario	247	17,7%
Universitario	148	10,6%
Total	1.393	100,0%

Posee automóvil		
Sí	348	25,0%
No	1045	75,0%
Total	1.393	100,0%

Frecuencia con que viaja		
Semanal	17	1,2%
Mensual	106	7,6%
2/3 veces por año	397	28,5%
Anual	418	30,0%
Primera vez	146	10,5%
Otra	305	21,9%
Ns/Nc	4	0,3%
Total	1.393	100,0%

Motivo de viaje		
Turismo	529	36%
Familiar	685	46,8%
Trabajo	153	10,4%
Estudio	35	2,4%
Salud	38	2,6%
Otros	25	1,7%
Total	1.465	100,0%

Opinión sobre el servicio

Motivo de elección modal*		
Es más barato	743	48,4%
No hay alternativas	209	13,6%
Es más seguro	105	6,8%
Es más cómodo	276	18,0%
No había disponibilidad	94	6,1%
Otros	107	7,0%
Total	1.534	100,0%

*Puede citarse más de un motivo

¿Tuvo inconvenientes?		
Sí	241	17,3%
No	1152	82,7%
Total	1.393	100,0%

¿Cuáles? ⁽¹⁾		
Puntualidad	121	41,2%
Vehículo	121	41,2%
Personal	23	7,8%
Equipaje	24	8,2%
Otros	5	1,7%
Total	294	100,0%

⁽¹⁾En base a quienes tuvieron inconvenientes. Puede haber más de un inconveniente por encuestado.

Opinión sobre el viaje		
Superó expectativas	212	15,2%
Dentro de lo esperado	1041	74,7%
Insatisfecho	140	10%
Total	1.393	100,0%

Compra del boleto

¿Dónde compró el pasaje?		
Bol. de la empresa	1142	82,0%
Agencia de viajes	28	2,0%
Por Tel./internet	108	7,8%
No lo compró	107	7,7%
Otro	8	0,6%
Total	1.393	100,0%

El costo del pasaje es...		
Caro	332	23,8%
Adecuado	682	49,0%
Barato	308	22,1%
Ns/Nc	71	5,1%
Total	1.393	100,0%

Pasajeros que esperan:

Caracterización del encuestado

Sexo		
Femenino	930	55,0%
Masculino	760	45,0%
Total	1.690	100,0%

Grupo Etario		
Menos de 24	212	12,5%
25-39	678	40,1%
40-64	730	43,2%
65 o más	70	4,1%
Total	1690	100,0%

Nacionalidad		
Argentino	1582	93,6%
Extranjero	108	6,4%
Total	1690	100,0%

Nivel educativo		
Primario	103	6,1%
Secundario	1085	64,2%
Terciario	309	18,3%
Universitario	193	11,4%
Total	1690	100,0%

Frecuencia con que viaja		
Semanal	25	1,5%
Mensual	119	7,0%
2/3 veces por año	491	29,1%
Anual	529	31,3%
Primera vez	181	10,7%
Otra	345	20,4%
Total	1.690	100,0%

Motivo de viaje*		
Turismo	776	43,0%
Familiar	715	39,6%
Trabajo	178	9,9%
Estudio	49	2,7%
Salud	63	3,5%
Otros	25	1,4%
Total	1.806	100,0%

*Puede haber más de un motivo elegido por encuestado.

Opinión sobre el servicio

¿Conoce otras empresas que lo llevan al mismo destino?		
No	1171	69,3%
Sí	519	30,7%
Total	1.690	100,0%

¿Por qué motivo eligió la empresa? (1)		
Por costumbre	505	27,8%
Por el precio	103	5,7%
Por el horario	611	33,7%
Porque es la mejor	270	14,9%
Porque es la única	68	3,7%
No eligió	183	10,1%
Otro motivo	75	4,1%
Total	1.815	100,0%

⁽²⁾Puede haber más de un motivo elegido por encuestado.

¿En qué tipo de servicio viajará?		
Común	33	2,0%
Semicama	851	50,4%
Cama	304	18,0%
Ejecutivo	472	27,9%
Otro	30	1,8%
Total	1.690	100,0%

¿Dónde compró el pasaje?		
Boletería de la empresa	1244	73,6%
Agencia de viajes	41	2,4%
Por teléfono/internet	215	12,7%
No lo compró	165	9,8%
Otro	25	1,5%
Total	1.690	100,0%

El costo del pasaje es...		
Caro	400	23,7%
Adecuado	870	51,5%
Barato	368	21,8%
Ns/Nc	52	3,1%
Total	1.690	100,0%

Conclusiones

A partir de los resultados observados se pueden realizar los siguientes comentarios.

- Entre los pasajeros de temporada alta, hay una elevada proporción de viajeros poco frecuentes, aunque gran parte de ellos viajan 1 vez al año.
- Los factores determinantes para la elección de la empresa es por el horario y la costumbre.
- En todos los aspectos referidos a la percepción de la calidad del servicio, la puntualidad y el estado del vehículo son los aspectos más cuestionados por parte de los usuarios.
- Los canales de compra de los boletos siguen siendo los tradicionales y un amplio número de encuestados considera el precio adecuado.