

Estudio de satisfacción de los usuarios con los servicios prestados por AESA, 2022.

Derechos de los Pasajeros



REGISTRO DE EDICIONES		
EDICIÓN	Fecha de APLICABILIDAD	MOTIVO DE LA EDICIÓN DEL DOCUMENTO
1.0	Desde publicación	Primera edición

REFERENCIAS	
CÓDIGO	TÍTULO
N/A	N/A

LISTADO DE ACRÓNIMOS	
ACRÓNIMO	DESCRIPCIÓN
AESA	AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD AÉREA
NES	NET EXPECTATION SCORE
NPS	NET PROMOTER SCORE

ÍNDICE

ÍNDICE	4
1. INTRODUCCIÓN	7
2. RESUMEN EJECUTIVO	8
3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	9
3.1. Objetivos.....	9
3.2. Metodología.....	9
3.2.1. <i>Universo</i>	9
3.2.2. <i>Diseño metodológico</i>	10
3.2.3. <i>Distribución muestral</i>	10
3.2.4. <i>Trabajo de campo</i>	11
4. MOTIVOS DE ACCESO Y CANALES DE CONOCIMIENTO	12
4.1. Motivos para recurrir a AESA.....	12
4.2. Canal de conocimiento de la Agencia.....	12
5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO	15
5.1. Valoración global de la calidad	15
5.2. Cumplimiento de las expectativas	21
5.2.1. <i>Claridad del proceso de reclamación</i>	21
5.2.2. <i>Sencillez del proceso de reclamación</i>	23
5.2.3. <i>Agilidad del proceso de reclamación</i>	24
5.2.4. <i>Atención del personal de AESA</i>	25
5.2.5. <i>Net Expectation Score (NES)</i>	26
6. USO Y VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO CON AESA	27
6.1. Uso de medios de contacto con AESA	27
6.2. Valoración de los distintos medios de contacto	29
7. VALORACIÓN DEL INFORME DE AESA	32
7.1. Acuerdo con la resolución de AESA	32
7.2. Cumplimiento de las compañías con la propuesta de AESA.....	34
7.3. Alternativas a la negativa de las compañías y utilidad del informe	36
8. GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON AESA	38
8.1. Grado de satisfacción con AESA	38
8.2. Percepción de la protección de AESA a los pasajeros	40
8.3. Net Promoter Score (NPS)	42
ANEXO I. CUESTIONARIO	44



ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Distribución porcentual del universo y de la muestra, según motivo de la reclamación	10
Tabla 2. ¿Por qué motivo o motivos recurrió a los servicios de AESA? (% sobre reclamaciones, 2012-2022).....	12
Tabla 3. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?.....	13
Tabla 4. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?.....	13
Tabla 5. Valoración de la claridad, sencillez, agilidad y atención en el proceso de intermediación de AESA	15
Tabla 6. Valoración media de cada aspecto por parte de los usuarios de cada segmento.....	19
Tabla 7. Evolución de la dimensión de cada segmento (2018-2022)	19
Tabla 8. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (2014-2022).....	22
Tabla 9. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (2014-2022)	23
Tabla 10. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (2014-2022)	24
Tabla 11. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (2014, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022).....	25
Tabla 12. Uso de distintos medios en posteriores contactos, por parte de los que utilizaron cada medio en su primer contacto con AESA (n=1.658)	28
Tabla 13. Porcentaje de usuarios que utilizaron cada medio para contactar con AESA (2014-2022).....	29
Tabla 14. Evolución de la utilidad media de cada medio en cada concepto. (2014-2022).....	30
Tabla 15. Grado de acuerdo de los usuarios con el informe de AESA a sus reclamaciones.....	32
Tabla 16. Grado de cumplimiento de la compañía con el informe final de AESA	35
Tabla 17. Ante la negativa de la compañía a atender la resolución de AESA o sus peticiones, ¿ha adoptado usted algún tipo de medidas? (2012-2022).....	37
Tabla 18. Grado de satisfacción general de los usuarios con AESA	38
Tabla 19. A partir de su experiencia, ¿en qué medida cree que la actuación de AESA ayuda a proteger los derechos de los pasajeros?.....	40
Tabla 20. ¿Recomendaría AESA a otra persona con el mismo problema que usted tuvo? Indíquelo en una escala de 0 (seguro que no lo recomendaría) a 10 (seguro que sí lo recomendaría).....	42



ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1. Distribución de los usuarios, según su valoración agrupada en cada atributo de calidad	16
Gráfico 2. Valoración media (escala de 0 a 10) de cada atributo. (2012-2022)	17
Gráfico 3. Segmentos de usuarios según la valoración de la calidad de la Agencia (n=1.191)	18
Gráfico 4. Evolución de la calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA a los pasajeros, (2012-2022)	20
Gráfico 5. Evolución de la calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA, según el motivo de reclamación (2012-2022)	21
Gráfico 6. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (n=1.347)	22
Gráfico 7. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (n=1.357)	23
Gráfico 8. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (n=1.355)	24
Gráfico 9. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (n=1.187)	25
Gráfico 10. Evolución del indicador NES de cumplimiento de expectativas de AESA. (2014-2022)	26
Gráfico 11. Porcentaje de usuarios que utilizó cada medio, tanto en su primer contacto, como en contactos sucesivos con AESA (n=1.376)	28
Gráfico 12. Utilidad media (escala de 0 a 10) aportada por cada canal de contacto en cada concepto	30
Gráfico 13. Evolución del grado medio de acuerdo (escala de 0-nada de acuerdo- a 10 –totalmente de acuerdo-) con el informe de AESA (2012-2022)	33
Gráfico 14. Porcentaje de usuarios según su grado de acuerdo con el informe de AESA	34
Gráfico 15. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA? (n=1.376)	35
Gráfico 16. Porcentaje de casos en los que la compañía atiende las peticiones del pasajero al finalizar el procedimiento o durante el mismo. (2019-2022)	35
Gráfico 17. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA?, según motivo de la reclamación	36
Gráfico 18. Grado medio de satisfacción (escala de 0 a 10) de los usuarios de AESA (2014-2022)	39
Gráfico 19. Porcentaje de usuarios según su grado de satisfacción con de AESA (2014-2022)	39
Gráfico 20. Grado medio de percepción (escala de 0 a 10) de AESA como entidad defensora de los derechos de los pasajeros (2019-2022)	41
Gráfico 21. Porcentaje de usuarios según su grado de percepción de defensa de sus derechos por parte de AESA (2019, 2020, 2021 y 2022)	41
Gráfico 22. Índice NPS de AESA (n=1.599)	43
Gráfico 23. Índice NPS (Net Promoter Score) de AESA (2019-2022)	43



1. INTRODUCCIÓN

El presente informe recoge los resultados de la séptima edición -quinta consecutiva- del estudio sobre la satisfacción de los pasajeros con los servicios de defensa de sus derechos que presta la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA).

Esta edición recoge la opinión de aquellos usuarios de la Agencia cuyas reclamaciones interpuestas ante cancelaciones, retrasos, denegaciones de embarque u otros aspectos, fueron gestionadas por AESA y resueltas durante el año 2022.

La Misión de AESA recogida en su Marco Estratégico Plurianual (MEP) 2021-2023 es la de proteger la seguridad aérea, velar por la seguridad aeronáutica, la calidad de los servicios y los derechos de los pasajeros.

La seguridad, la eficacia y eficiencia en la supervisión son junto la protección y defensa de los derechos de los ciudadanos como usuarios de los servicios aéreos los pilares fundamentales de todas las actuaciones de AESA.

Además, el buen desempeño en esta tarea permitirá a la Agencia ser una institución que tenga la confianza de la sociedad y se la valore por su aportación al sistema de la Aviación Civil, en concreto en esta área de protección de derechos de los pasajeros.

Con el objeto de medir la evolución en el tiempo de los diferentes indicadores básicos de satisfacción de los usuarios de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea, se plantea una metodología análoga a la de ediciones anteriores, de manera que se perciba no solo la valoración actual de este servicio en los mismos términos de estudios anteriores, sino también su comparativa con aquellos resultados.

2. RESUMEN EJECUTIVO

El método empleado para la realización de este estudio de satisfacción consistió en la realización de una **encuesta cuantitativa con representatividad estadística** a una muestra de 1.376 casos de las 11.197 informes finales emitidos por AESA a pasajeros en 2022. Este tamaño muestral aporta un **margen de error estadístico del $\pm 2,47\%$** , con una $p=q=0,5$ y un **nivel de confianza del 95,5%** ($NC > 95\%$).

Se muestran a continuación los principales resultados del estudio. Respecto a la calidad de AESA en el proceso de reclamación:

- ➔ Al igual que el año anterior, en 2022 la mayoría de **los usuarios valoran de modo muy elevado** (valor igual o superior a 7, en una escala de 0 a 10) los distintos aspectos de calidad (Pág. 14).
- ➔ Más de la mitad de los usuarios (el 50,3% en 2022) **perciben una muy alta calidad del proceso** en todos los aspectos y otro 27,9% lo valora de modo bastante favorable, aunque consideran mejorable la agilidad del proceso. (Pág. 17).
- ➔ Así, **las expectativas de los usuarios no solo se ven satisfechas, sino** que en todos los aspectos de calidad se ven **mayoritariamente superadas**. (Pág. 25).
- ➔ El **grado medio de satisfacción con AESA en este proceso es de 7,48 puntos** en una escala de 0 a 10, superando la nota obtenida el año anterior que fue de 7,06 puntos (Pág. 37).

En cuanto a las vías de contacto con AESA, **la inmensa mayoría de los usuarios utilizan el medio online**, tanto en el primer contacto para presentar la reclamación (89,6%), como en contactos sucesivos (89,4%). (Pág. 27).

El servicio que presta AESA, pese a su carácter no vinculante, **resulta útil** al pasajero ya que **en 2022 en tres de cada cuatro reclamaciones resueltas por AESA, las compañías atendieron las peticiones de los pasajeros**, bien durante el proceso de resolución por AESA o al final del mismo (Pág. 34).

En cuanto a la percepción general de AESA:

- ➔ A partir de su experiencia, los usuarios perciben de modo mayoritario que **AESA protege los derechos de los pasajeros** otorgando a AESA 7,45 puntos en la defensa de sus derechos en una escala de 0 a 10 (Pág. 39).
- ➔ Los usuarios muestran un **muy alto grado de acuerdo** (7,88 puntos en una escala de 0 a 10) **con el informe de AESA a sus reclamaciones**.
- ➔ **Siete de cada diez usuarios** (el 71,2%) **recomendarían a otra persona con el mismo problema acudir a AESA para defender sus derechos** mejorando el ratio de recomendación del año anterior (62,4%).

3. OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

3.1. Objetivos

El objetivo principal de estudio es el de conocer, en términos cuantitativos y de forma anual, el grado de satisfacción general de los pasajeros con los servicios de Derechos de los Pasajeros que presta AESA.

Para ello, se plantean los mismos contenidos de conocimiento que en años anteriores y que permiten comparaciones en la serie histórica:

- ➔ Motivos por los que los pasajeros de vuelos comerciales recurren a AESA.
- ➔ Análisis de los canales por los que se recurre a la Agencia Estatal de Seguridad Aérea.
- ➔ Valoración, por parte de los propios pasajeros, de la calidad del servicio de protección a los usuarios. Este indicador se establece a partir de la propia valoración que establecen de los siguientes conceptos del servicio:
 - Claridad en la gestión de la reclamación.
 - Sencillez del proceso de reclamación.
 - Agilidad de AESA en el proceso de intermediación.
 - Atención prestada por el personal de AESA.
- ➔ Preferencia y adaptación de los distintos canales de reclamación a las necesidades de los usuarios.
- ➔ Acuerdo con el resultado de la intermediación de AESA y percepción del cumplimiento por parte de las compañías.
- ➔ Grado de satisfacción general con la gestión por parte de AESA de la reclamación.

3.2. Metodología

3.2.1. Universo

El universo de estudio lo componen el conjunto de pasajeros de vuelos comerciales que recurrieron a la Agencia en defensa de sus derechos y cuyas reclamaciones fueron contestadas por AESA en el transcurso de 2022. En concreto, AESA contestó durante 2022 mediante informe final un total de 11.197 reclamaciones a pasajeros, distribuidas del siguiente modo según el motivo de las mismas:

- ➔ Cancelación: 7.028
- ➔ Retraso: 3.409
- ➔ Denegación de embarque: 739
- ➔ Otros motivos: 21

3.2.2. Diseño metodológico

Para la realización de este estudio, se diseñó un **método cuantitativo mediante encuesta online** por muestra proyectada a un listado, propiedad de AESA, de pasajeros de vuelos comerciales que, en el transcurso del año 2022, obtuvieron un informe de respuesta a su reclamación por parte de la Agencia, donde se les informaba de sus derechos ante una eventual vulneración de los mismos, y cuyos datos estuvieran disponibles en el momento de hacer la encuesta para poder establecer un contacto a través de correo electrónico.

Inicialmente, el tamaño de la muestra mínimo proyectado fue de 625 cuestionarios completados válidos. Este umbral mínimo se sobrepasó ampliamente al obtener un total de 1.505 cuestionarios recibidos. A cada uno de esos cuestionarios se les sometió a los procesos de validación (contener, al menos, un 95% de respuestas a las preguntas planteadas en el cuestionario) y de depuración (valorar la consistencia en las repuestas), con el objeto de que fueran validados para el estudio. Una vez realizados dichos procesos, se rechazaron 129 cuestionarios (el 8,6% de los recibidos), por lo que el número final de **cuestionarios** que pasó estos controles y que se consideraron **útiles** para el trabajo fueron de **1.376**.

Este volumen, para el universo de estudio de **11.197 usuarios**, aporta un margen de error estadístico del $\pm 2,47\%$, con una $p=q=0,5$ y un **grado de confianza del 95,5%**, por lo que los resultados del estudio son altamente representativos y en línea con los estudios de años anteriores.

3.2.3. Distribución muestral

La muestra se distribuye del siguiente modo según el motivo de la reclamación y teniendo en cuenta que un mismo pasajero puede haber realizado reclamaciones ante la Agencia por más de un motivo:

-  Cancelación: 824 casos.
-  Retraso: 437 casos.
-  Denegación de embarque: 96 casos.
-  Otros motivos: 19 casos.

Esta distribución muestral según el tipo de reclamación resulta muy similar en los principales motivos de reclamación a la del conjunto de reclamaciones gestionadas, tal y como muestra la siguiente tabla, por lo que la muestra está bastante bien proporcionada a la realidad de los motivos de reclamación.

Tabla 1. Distribución porcentual del universo y de la muestra, según motivo de la reclamación

Motivo	% sobre N (target)	% sobre n (muestra)
Cancelación	62,8%	59,9%
Retraso	30,4%	31,8%



Denegación de embarque	6,6%	6,9%
Otros motivos	0,2%	1,4%
Total	100,0%	100,0%

Por tanto, no es necesario aplicar factores de ponderación a los datos obtenidos, ante la similitud y equilibrio entre la distribución del universo de reclamaciones gestionadas y la distribución de la muestra realizada.

3.2.4. Trabajo de campo

El trabajo de campo de distribución y cumplimentación de la encuesta se llevó a cabo mediante un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, auto cumplimentado online, en los idiomas de castellano e inglés entre los días 7 y 21 de marzo de 2023.

El cuestionario de consulta se adjunta como anexo al final de este informe.

4. MOTIVOS DE ACCESO Y CANALES DE CONOCIMIENTO

4.1. Motivos para recurrir a AESA

Los resultados que aporta la encuesta reflejan cómo las cancelaciones continúan siendo el motivo de mayor peso en las reclamaciones de los pasajeros de vuelos comerciales a la hora de dirigirse a la Agencia (62,8%), por delante de los retrasos (30,4%). Las denegaciones de embarque (6,6%) y, sobre todo, el resto de los motivos (0,2%), tienen un peso bastante menor en las reclamaciones dirigidas a AESA.

Las cancelaciones constituyen el principal motivo de reclamación desde la pandemia por COVID-19 y las medidas destinadas a contenerla que implicaron multitud de cancelaciones. Sin embargo, en 2022 ya se observa un descenso de la incidencia de estas reclamaciones por cancelación hasta el 62,8% y un nuevo incremento de las reclamaciones por retraso al 30,4%, cuando en 2020 representaron una de cada cuatro reclamaciones gestionadas en AESA (el 25,3%).

Se puede comprobar también en 2022 un repunte en las reclamaciones de los pasajeros por denegaciones de embarque que aunque siguen siendo bajas en proporción con las reclamaciones por cancelaciones y retrasos han casi triplicado su peso sobre el total en el último año.

Tabla 2. ¿Por qué motivo o motivos recurrió a los servicios de AESA? (% sobre reclamaciones, 2012-2022)

Motivo	2012	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Cancelación	27,9	29,0	26,5	39,8	72,1	89,0	62,8
Retraso	41,6	57,2	62,1	49,3	25,3	8,1	30,4
Denegación de embarque	13,5	10,1	4,7	3,8	2,3	2,6	6,6
Otros motivos	17,0	3,7	6,7	7,1	0,3	0,3	0,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0

4.2. Canal de conocimiento de la Agencia

Aunque casi uno de cada cinco usuarios (el 19,0%) ya conocía con anterioridad la Agencia -lo que puede dar una primera idea que la notoriedad de AESA en la sociedad continúa mejorando ya que este motivo en 2021 fue del 15%-, los medios online como blogs, redes sociales o, en general, Internet, representan la vía de conocimiento de AESA más común para los usuarios (28,8%). No obstante, algún pasajero advierte de la dificultad para encontrar vía online a la Agencia de modo directo: *“Lo encontré en internet, pero las ocho primeras webs eran empresas que cobran por la gestión”*.

También tienen un impacto significativo (24,9%) los contactos privados de familiares, amigos e, incluso, compañeros del propio viaje: *“Me enteré por una pasajera, mientras esperábamos a que nos proporcionasen un itinerario alternativo para finalizar nuestro viaje. Estábamos en una escala cuando nos cancelaron el siguiente vuelo”*.

La siguiente tabla refleja el porcentaje de usuarios que menciona cada una de las distintas vías por las que tuvo conocimiento de AESA.

Tabla 3. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?

Motivo	% sobre usuarios
Por medios online (Internet, blogs, twitter, redes sociales...)	28,8
Por un contacto privado (familiar, amigo, compañero de viaje...)	24,9
Acudí directamente porque ya lo conocía	19,0
Por una autoridad u organización de consumo	17,1
A través de los servicios de información del aeropuerto	3,8
Por medios de comunicación offline (prensa, radio, tv...)	2,4
Me informaron en la propia compañía aérea	1,7
A través de otra vía	2,3
Total	100,0
Base	(1.376)

Del resto de medios de conocimiento, destacan las autoridades públicas de consumo u organizaciones privadas de consumidores (17,1%), mientras que el resto de las vías de conocimiento de la Agencia son ciertamente minoritarias, no llegando ninguna de ellas a un impacto superior al 4%, destacando los abogados y servicios jurídicos privados entre las otras vías en general.

Resulta interesante comprobar la evolución en el tiempo de la importancia de cada uno de estos medios en el conocimiento y acceso a la Agencia en la siguiente tabla:

Tabla 4. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?

Canal	2012	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Online	11,4	14,3	33,8	28,8	31,5	31,6	28,8
Contacto privado	17,4	14,0	23,1	28,3	22,1	21,2	24,9
Ya lo conocía	4,8	7,9	12,6	12,3	16,4	15,0	19,0
Entidad de consumo	40,4	36,2	16,0	14,8	14,2	20,4	17,1
Servicios del aeropuerto	14,7	12,2	10,1	5,8	1,7	1,4	3,8
Offline	--	--	--	1,6	9,2	6,0	2,4
La propia compañía	3,3	3,3	2,2	2,0	0,7	0,5	1,7
Otros	6,3	11,9	3,0	6,4	4,3	3,9	2,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base (n)	(334)	(393)	(506)	(1.529)	(1.727)	(1.966)	(1.376)

Se consolidan los medios online como el canal de acceso más utilizado, manteniendo un impacto en torno al 30% desde 2018, cuando en 2012 y 2014 no alcanzaba el 15%. También los contactos privados consiguen mantener su importancia desde 2018, en este caso en torno al 24%, superando del mismo modo los registros de 2012 y 2014.

Por encima de la estabilidad de estos medios, destaca el incremento moderado, pero continuado, de los que ya conocían la Agencia, detectando así una mayor notoriedad de AESA en la sociedad que actualmente alcanza el 19%, cuando en 2012 apenas se situaba en un escaso 4,8%.



El resto de los canales y medios experimenta un descenso de su impacto en el conocimiento de AESA. Así, las entidades públicas y privadas de consumo pasan de ser el principal medio de conocimiento y acceso de la Agencia (el 40,4% en 2012 y el 36,2% en 2014) al 17,1% actual, manteniendo la estabilidad de este medio desde 2018 en el tramo del 14 al 20%.

También los servicios de información de los aeropuertos ven reducido significativamente su impacto en el conocimiento de la Agencia, pasando del 14,7% de 2012 al 3,8% actual. O las propias compañías, cuyo minoritario impacto en 2012 y 2014 (el 3,3%) se convierte en residual actualmente (1,7%, procediendo de años, incluso, en los que no llegaba a representar el 1% de las vías de acceso hacia AESA).

5. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Tras comprobar y medir la evolución tanto de los principales motivos de reclamación, como de las vías más comunes de acceso a AESA, seguidamente se analiza la percepción de calidad del servicio de la Agencia en las reclamaciones de los pasajeros. Para ello, en primer lugar, se valora la calidad percibida de la gestión de AESA acudiendo a los indicadores de claridad de la gestión, sencillez y agilidad del proceso, y atención recibida desde el personal de la Agencia.

Una vez analizada esta percepción de calidad por parte de los usuarios, se valorará la medida en que AESA ha cumplido con sus expectativas iniciales, como primer acercamiento a la satisfacción de los usuarios de AESA con sus servicios.

5.1. Valoración global de la calidad

En la siguiente tabla se muestra el posicionamiento de los usuarios respecto a cada uno de los indicadores de percepción de la calidad del servicio de AESA, en una escala de valores entre 0 (valoración muy negativa) y 10 (valoración muy positiva).

Tabla 5. Valoración de la claridad, sencillez, agilidad y atención en el proceso de intermediación de AESA

Valoración	Claridad con que AESA gestionó la reclamación	Sencillez del proceso de reclamación	Agilidad del proceso de reclamación	Atención por parte del personal de AESA
0. Muy negativo	6,7	5,5	9,0	7,9
1	1,7	2,1	2,8	2,3
2	2,0	1,8	3,7	1,8
3	2,7	2,6	5,0	2,3
4	2,3	2,8	4,1	0,8
5	3,4	5,9	8,7	4,5
6	3,6	7,9	8,3	4,0
7	6,9	14,2	12,4	6,7
8	14,1	16,1	15,6	14,5
9	17,9	14,9	12,2	17,5
10. Muy positivo	38,5	26,3	18,3	37,8
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(1.367)	(1.370)	(1.369)	(1.197)
Valor medio	7,70	7,27	6,39	7,61

La mayor parte de los usuarios se posicionan, para los cuatro indicadores, en los valores más altos de la escala. De este modo, en torno al 56% de los usuarios de la Agencia valoran de modo sobresaliente tanto la claridad de la gestión, como la atención desde el personal de AESA, con los valores más altos de 9 y 10. Este dato, aunque más moderadamente, también es mayoritario en los conceptos de sencillez del proceso de reclamación (41,2%) y de agilidad del proceso (30,5%).

Por el contrario, y de modo general, los porcentajes de usuarios que valoran negativamente (por debajo de 5,00) a AESA en cada uno de estos indicadores son minoritarios: el 15,4% en

claridad de la gestión; el 14,8% en sencillez del proceso y el 15,1% en atención del personal. Sin embargo, algo más de una cuarta parte de estos usuarios de la Agencia (el 24,6%) valora negativamente (en puntuaciones de 0 a 4) la agilidad del proceso.

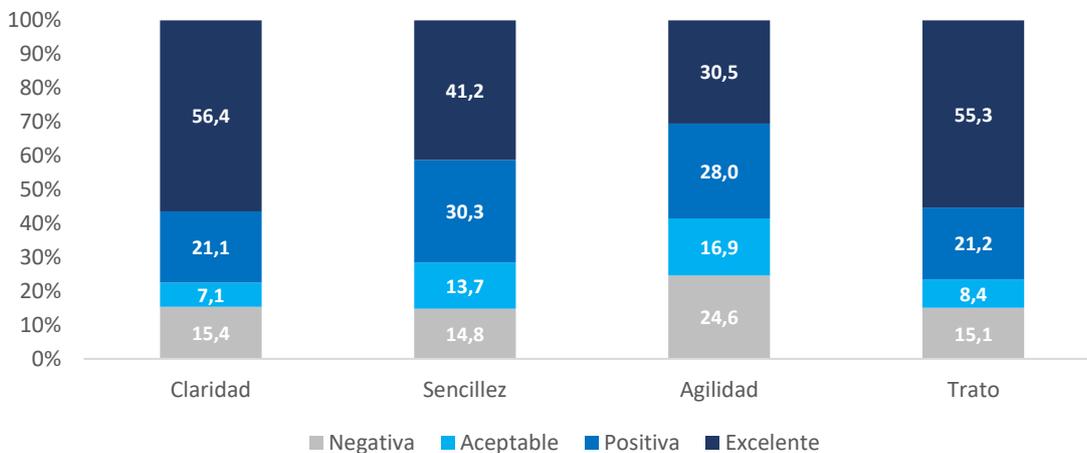
Con estos datos, la valoración media general de estos indicadores es favorable, tal y como reflejan los resultados de la tabla 5.: claridad en la gestión del proceso (7,70), atención del personal (7,61) y sencillez del proceso de reclamación (7,27), siendo el concepto de la agilidad del proceso el valorado de forma más moderada y el único cuyo valor medio se sitúa por debajo de 7,00, aunque positivo en cualquier caso (6,39).

A partir de los datos de la tabla anterior, y con el objeto de facilitar el análisis, agrupamos a los usuarios según las siguientes valoraciones:

Valores de 0 a 4	Valoración negativa
Valores 5 y 6	Valoración aceptable
Valores 7 y 8	Valoración positiva
Valores 9 y 10	Valoración excelente

El siguiente gráfico refleja la distribución actual de los usuarios de AESA por cada uno de estos grupos de valoración en cada uno de los cuatro indicadores utilizados para medir la calidad del servicio de AESA.

Gráfico 1. Distribución de los usuarios, según su valoración agrupada en cada atributo de calidad

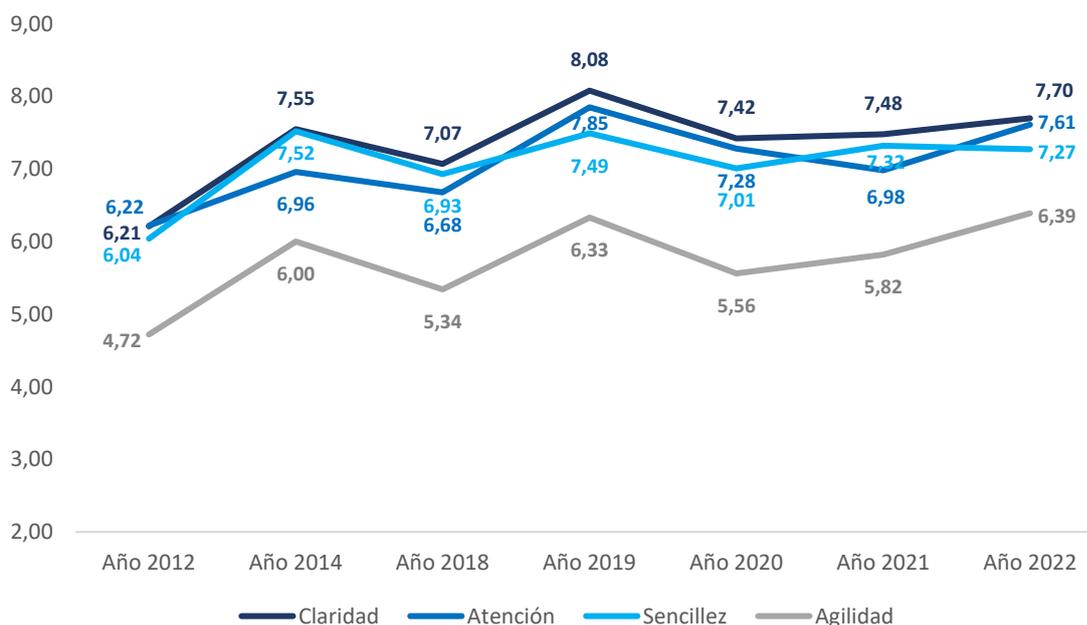


Estos resultados reflejan que, por cada usuario que valora negativamente tanto la claridad del proceso como el trato recibido, hay 3,7 que valoran estos dos conceptos de modo excelente. Esta ratio es también claramente favorable en el concepto de sencillez del proceso, encontrando casi tres usuarios que lo valoran de modo excelente (2,8), por cada uno que lo valor negativamente.

Por su parte, en el concepto de agilidad, percibido como el menos favorable, encontramos 1,2 usuarios que lo perciben de manera excelente, por cada usuario que lo valora de modo negativo.

Estos resultados actuales, al margen de los de 2019, son los más altos de la serie y contribuyen a mantener la línea ascendente de mejora de la calidad medida a través de estos indicadores que, con algún altibajo, se viene produciendo desde el comienzo de la serie. El siguiente gráfico expresa la valoración media de cada concepto en la escala de 0 a 10, a lo largo de la serie de estudios de satisfacción realizados:

Gráfico 2. Valoración media (escala de 0 a 10) de cada atributo. (2012-2022)



Así, la claridad del proceso continúa siendo el aspecto mejor valorado y superando en la actualidad los altos valores medios obtenidos en 2020 y 2021 y solo por debajo del muy elevado de 2019 (8,08).

También la sencillez del proceso experimenta un fuerte incremento (7,61) con respecto al año anterior (6,98), hasta situarse también en el punto más alto de la serie tras el obtenido en 2019 (7,85).

Pero si hay un aspecto cuya evolución es más positiva, ése es el de la agilidad del proceso que, pese a seguir siendo el menos valorado de los cuatro conceptos de análisis, obtiene en la actualidad el valor más alto de la serie (6,39), por encima del obtenido en 2019 (6,33) y superando ampliamente los valores de buena parte de los estudios de años anteriores, en los que no se lograba alcanzar de cerca el valor 6,00 de la escala.

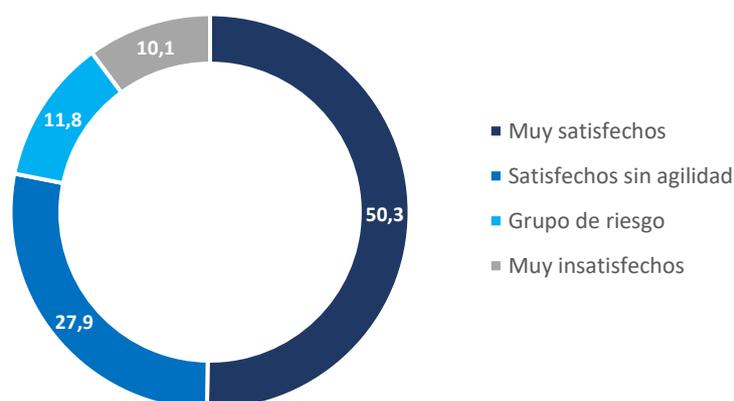
Por último, el aspecto que parece más estable en su evolución, tras su fuerte mejora en 2014 (año en el que se introdujo la posibilidad de presentar una reclamación utilizando la web de

AESA) y con leves picos de sierra desde ese año, es el de la sencillez del proceso, cuya valoración media se sitúa, aproximadamente, entre los valores 7,00 y 7,50 en los últimos años, para un actual valor de 7,27.

Parece, por tanto, y tras la caída en 2020 de la valoración de estos indicadores, en parte motivada por la acumulación de reclamaciones que supusieron las medidas de contención de la pandemia COVID, que se recupera una senda de mejora en los indicadores de calidad del servicio de la Agencia.

Para profundizar en este análisis, agrupamos a los usuarios de AESA en diferentes segmentos definidos en función de la valoración que aportan sus componentes a cada concepto. Para ello, se realiza un análisis estadístico de conglomerados, cuyos resultados determinan los siguientes cuatro grupos de usuarios:

Gráfico 3. Segmentos de usuarios según la valoración de la calidad de la Agencia (n=1.191)



La mitad de los usuarios (el 50,3%) se integran en el segmento de los muy satisfechos con los servicios de atención a los derechos de los pasajeros de AESA, y otro 27,9% se integra en el segmento de los satisfechos, aunque con una escasa percepción de valor en la agilidad del proceso.

Por tanto, el 21,9% restante de los usuarios de la Agencia en 2022 conforman los grupos de insatisfechos (10,1%) o de riesgo (11,8%), con valoraciones moderadas en los distintos indicadores, salvo en el de agilidad, con una percepción marcadamente negativa.

En la siguiente tabla se muestra la valoración media de cada indicador (en la escala de 0 a 10) para cada uno de los cuatro segmentos de usuarios definidos.

Tabla 6. Valoración media de cada aspecto por parte de los usuarios de cada segmento

Atributos	Segmentos			
	Muy satisfechos	Satisfechos sin agilidad	Valoración de riesgo	Muy insatisfechos
Claridad	9,58	8,16	4,41	0,70
Sencillez	9,18	6,72	5,22	1,28
Agilidad	8,88	5,56	2,88	0,63
Atención	9,49	8,14	4,34	0,70
% usuarios (Base)	50,3% (599)	27,9% (332)	11,7% (140)	10,1% (120)

Así pues, los grupos de usuarios detectados en función de la percepción de calidad de los servicios de AESA se caracterizan por aportar las siguientes valoraciones generales:

- ➔ **Muy satisfechos.** El grupo de mayor dimensión, en el que se agrupa la mitad de los usuarios (el 50,3%) aporta una valoración media muy elevada en cada uno de los cuatro conceptos, especialmente en la claridad de la gestión y en la atención recibida desde AESA.
- ➔ **Satisfechos, pero sin agilidad.** Algo más de la cuarta parte de los usuarios de la Agencia en 2022 (el 27,9%) forman este segmento altamente satisfecho tanto con la claridad del servicio (8,16), como con el trato recibido (8,14) y que valora positivamente la sencillez del proceso (6,72). Sin embargo, este grupo de usuarios percibe que la agilidad del proceso presenta un claro margen de mejora (5,56).
- ➔ **Valoración de riesgo.** El 11,7% de los usuarios que acudieron a la Agencia en 2022 conforman el segmento de riesgo, aportando valoraciones bastante comprometidas (tan solo la sencillez del proceso consigue superar el valor medio de 5 puntos) y con una clara insatisfacción en la agilidad del proceso (2,88).
- ➔ **Muy insatisfechos.** Y uno de cada diez usuarios de AESA en 2022 (el 10,1%) se muestra claramente insatisfecho con el servicio recibido, valorando todos los conceptos de modo muy negativo.

La evolución del tamaño de estos segmentos en el tiempo se refleja en la siguiente tabla:

Tabla 7. Evolución de la dimensión de cada segmento (2018-2022)

Año	Segmentos				Total
	Muy satisfechos	Satisfechos sin agilidad	Valoración de riesgo	Muy insatisfechos	
Año 2018	36,7%	28,9%	17,4%	16,9%	100,0%
Año 2019	55,7%	19,4%	14,9%	10,0%	100,0%
Año 2020	41,6%	30,5%	15,9%	12,0%	100,0%
Año 2021	48,2%	23,6%	14,6%	13,6%	100,0%
Año 2022	50,3%	27,9%	11,7%	10,1%	100,0%

El grupo de los muy satisfechos sigue creciendo después del retroceso que experimentó en 2020 con respecto a 2019, año en el que se obtuvo el mayor porcentaje de usuarios en este grupo (55,7%). En cualquier caso, en la actualidad se detecta el menor porcentaje de usuarios en los grupos de insatisfechos y de riesgo, si bien en este grupo se detectan unas valoraciones más bajas que las de años anteriores.

Esto puede ser debido a un trasvase de los usuarios menos críticos de este grupo al de los satisfechos que perciben que el proceso no es ágil; no en vano, este grupo crece en más de cuatro puntos con respecto al año anterior, mejorando, aquí sí, las valoraciones de los distintos conceptos.

Por último, y para medir la valoración global de calidad de los servicios de AESA, se tratan conjuntamente las valoraciones de los cuatro atributos de análisis y se calcula el valor medio aritmético de calidad general considerando, por tanto, y desde una perspectiva cualitativa, que cada uno de estos cuatro atributos tiene la misma importancia que los demás en la determinación de la calidad del servicio.

Realizando este proceso, la valoración general media de la calidad del servicio de derechos de los pasajeros que presta AESA a los usuarios es de 7,24 puntos en la escala de valores de 0 a 10.

Gráfico 4. Evolución de la calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA a los pasajeros, (2012-2022)

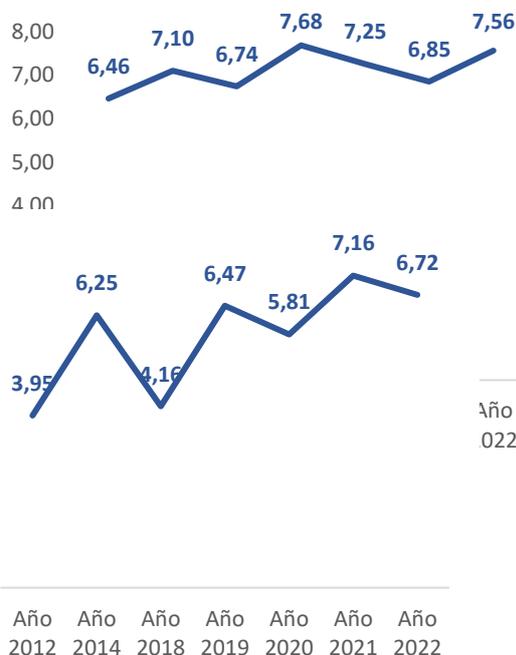


Esta valoración, como se observa en el gráfico 4 y en línea con los resultados anteriores, es la más elevada de la serie tras la obtenida en 2019 (7,44) y confirmando la senda de mejora retomada tras el impacto del COVID en 2020.

En cuanto a los distintos motivos de reclamación, la calidad media percibida de los servicios de AESA y su evolución desde 2012 a la actualidad, es la siguiente:

Gráfico 5. Evolución de la calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA, según el motivo de reclamación (2012-2022)

Denegación de embarque Retraso



Cancelación

Otros motivos

La calidad percibida en las reclamaciones por denegación de embarque son las menos valoradas a lo largo del tiempo, pero en la actualidad experimentan una clara recuperación, obteniendo la mejor valoración de la serie. Por su parte, las reclamaciones por retraso también recuperan una alta calidad percibida tras las caídas de 2020 y 2021, hasta situarse en niveles cercanos a los de 2019. También las reclamaciones por cancelación continúan con la mejora de la calidad con respecto a los dos años anteriores, mientras que las minoritarias reclamaciones por otros motivos aportan este año un ligero retroceso con respecto a 2021, aunque en niveles superiores a los obtenidos en el resto de los años de la serie.

5.2. Cumplimiento de las expectativas

Para avanzar en la medición de la calidad de los servicios de AESA, se analiza ahora el grado de cumplimiento de la Agencia con las expectativas de sus usuarios antes de la reclamación, en cada uno de los conceptos de calidad anteriores.

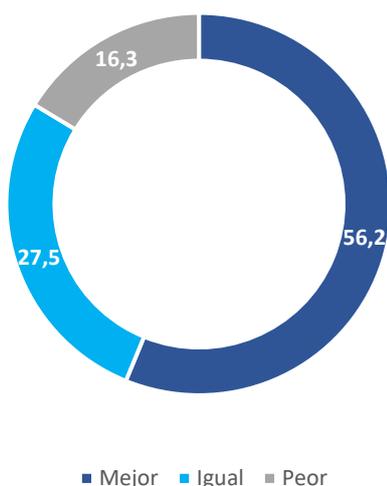
5.2.1. Claridad del proceso de reclamación

Comenzando con la claridad con que AESA ha gestionado las reclamaciones de los pasajeros en 2022, el 56,2% confirma que esta claridad fue mejor de lo inicialmente esperado, por el

16,3% que consideran que AESA gestionó su reclamación con menor claridad de lo que esperaban.

De este modo, por cada usuario que afirma que la claridad en la gestión de AESA fue peor de lo que se esperaban, hay 3,4 usuarios que aseguran que, en su caso, fue mejor.

Gráfico 6. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (n=1.347)



Estos resultados mantienen la tendencia de los últimos años, donde se obtiene una mejora del cumplimiento de las expectativas con respecto al periodo 2014-2018.

Además, y al margen del dato de 2019 (60,1%), se obtiene en la actualidad el porcentaje más elevado de la serie respecto a la mejora de las expectativas iniciales en cuanto a la claridad del proceso (56,2%).

Tabla 8. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (2014-2022)

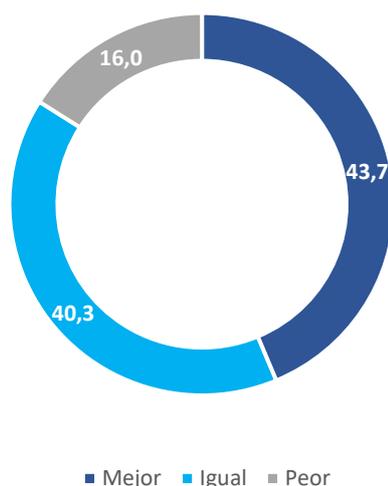
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Peor	16,8	22,6	11,3	14,9	17,4	16,3
Igual	36,6	27,4	28,6	30,9	28,9	27,5
Mejor	46,6	50,0	60,1	54,2	53,7	56,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100
Base	(384)	(470)	(1.491)	(1.748)	(1.928)	(1.347)
Ratio mejor/peor	2,77	2,21	5,32	3,64	3,09	3,45

En cuanto a la ratio de mejora de las expectativas con respecto a los que las empeoraron, se percibe un aumento en los últimos años con respecto al periodo 2014-2018, pero aún lejos del muy elevado que se obtuvo en 2019.

5.2.2. Sencillez del proceso de reclamación

Respecto a la sencillez del proceso de reclamación, el 43,7% de los usuarios vieron superadas sus expectativas iniciales, por el 16,0% que opina que AESA no cumplió con esas expectativas.

Gráfico 7. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (n=1.357)



Por cada usuario que no ve cumplidas sus expectativas en la sencillez del proceso de reclamación, hay 2,7 que las ven satisfechas por encima de lo inicialmente previsto.

Estos resultados mejoran ligeramente los obtenidos en los años 2020 y 2021, se mantienen ligeramente por detrás de los de 2019 y superan ampliamente a los del periodo 2014-2018.

Tabla 9. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (2014-2022)

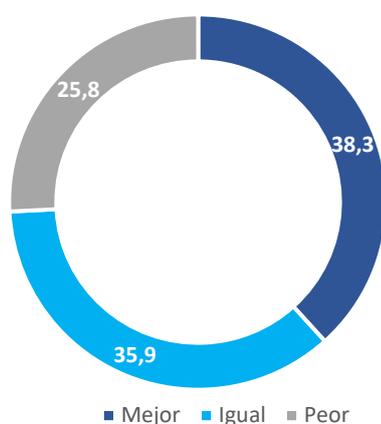
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Peor	18,1	22,5	12,0	17,2	18,4	16,0
Igual	45,3	36,2	41,0	41,1	39,1	40,3
Mejor	36,6	41,3	47,0	41,7	42,5	43,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100
Base	(384)	(470)	(1.507)	(1.744)	(1.943)	(1.347)
Ratio mejor/peor	2,02	1,84	3,92	2,42	2,31	2,73

También la ratio de mejora de las expectativas en la sencillez del proceso con respecto a los que las vieron empeorar, se obtiene, tras el dato de 2019 (3,92), la mejor relación a este respecto (2,73), claramente por encima de las de 2020 y 2021, y muy superior a las del periodo 2014-2018.

5.2.3. Agilidad del proceso de reclamación

La agilidad del proceso es el concepto de calidad que se valora, en general, de un modo menos favorable por parte de los usuarios y también el que en menor medida consigue colmar sus expectativas iniciales. Así sucede en la actualidad, con el 38,3% de usuarios que vieron mejoradas sus expectativas con respecto a lo inicialmente previsto, pero con un 25,8% que asegura que la agilidad del proceso fue peor de lo esperado.

Gráfico 8. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (n=1.355)



Con respecto a años anteriores, se consigue mantener una tendencia de mejora estable, tras los resultados más positivos de la serie, siempre referidos al año 2019. De hecho, actualmente se consolida el mayor volumen de usuarios que ven mejoradas sus expectativas en cuanto a la agilidad del proceso, con respecto a los que las vieron empeoradas. No en vano, en los años 2014, 2018 y 2020 había más casos de usuarios que consideraron que AESA operaba con menor agilidad de lo esperado, que los de aquellos que percibían una agilidad mayor a sus expectativas iniciales.

Tabla 10. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (2014-2022)

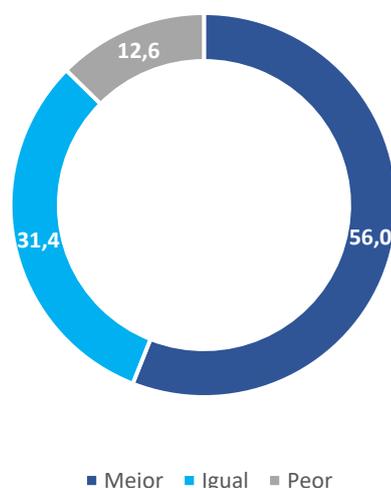
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Peor	30,9	35,7	25,2	33,9	32,7	25,8
Igual	38,6	33,5	35,5	35,5	30,8	35,9
Mejor	30,4	30,8	39,3	30,6	36,5	38,3
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(384)	(471)	(1.508)	(1.723)	(1.942)	(1.355)
Ratio mejor/peor	0,98	0,86	1,56	0,90	1,12	1,48

Sin duda, los resultados reflejan una mejora evidente en el concepto menos valorado de los servicios de AESA, lo que supone un avance significativo de la Agencia en este aspecto.

5.2.4. Atención del personal de AESA

Por último, la atención recibida por parte del personal de AESA supera de modo mayoritario las expectativas iniciales de los usuarios de la Agencia, tal y como reflejan los resultados del siguiente gráfico, de los que se deduce una relación de 4,4 usuarios que ven superadas sus expectativas, por cada uno que considera que la atención recibida es peor de la inicialmente esperada.

Gráfico 9. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (n=1.187)



Así, el 56,0% de los usuarios consideran que la atención recibida fue mejor de la esperada, por el 12,6% que afirma que sus expectativas a este respecto no se vieron cumplidas.

Con respecto a años anteriores, se obtiene la misma tendencia que en los otros conceptos de medición de la calidad, de manera que, sin alcanzar el nivel de resultados de 2019, sí se mejoran los datos obtenidos en 2020 y 2021, aportando una tendencia de mejora en un indicador ya de por sí positivo en esos años.

Tabla 11. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (2014, 2018, 2019, 2020, 2021 y 2022)

Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Peor	10,9	18,5	9,3	13,9	14,2	12,6
Igual	38,0	30,6	28,9	31,6	30,5	31,4
Mejor	51,1	50,9	61,8	54,5	55,3	56,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(357)	(430)	(1.315)	(1.499)	(1.680)	(1.187)
Ratio mejor/peor	4,69	2,75	6,46	3,92	3,89	4,44

La ratio que refleja la relación entre los que mejoraron sus expectativas y los que las empeoraron es ciertamente elevada (4,44), situándose al nivel de la ratio obtenida en 2014.

5.2.5. Net Expectation Score (NES)

Se concluye este análisis sobre el cumplimiento de las expectativas de los usuarios de AESA, analizando el indicador NES (Net Expectation Score) en cada uno de los cuatro conceptos estudiados.

Este indicador se obtiene restando el porcentaje de los que valoran peor de lo esperado, al porcentaje de los que valoran mejor de lo esperado. Se trata, por tanto, de un valor entre -100 (todos los consultados valoran el servicio recibido como peor de lo esperado al comienzo de la relación) y 100 (todos los consultados valoran el servicio como mejor de lo inicialmente esperado); un valor por encima de 0 es favorable y por debajo, desfavorable. Un valor por encima de 30 es excelente, mientras que por debajo de -30 es de muy alto riesgo.

Los resultados obtenidos en este indicador para cada uno de los cuatro conceptos de análisis son los siguientes:

	Claridad de la gestión	39,9
	Sencillez del proceso	27,7
	Agilidad del proceso	12,5
	Atención del personal	43,4

En general, podemos hablar de valores NES muy favorables, especialmente en la atención del personal de AESA y la claridad del proceso.

Además, y con respecto a años anteriores, se detecta una evolución marcadamente positiva en todos los indicadores, tal y como expresan los resultados del siguiente gráfico.

Gráfico 10. Evolución del indicador NES de cumplimiento de expectativas de AESA. (2014-2022)

Claridad del proceso



Sencillez del proceso



Agilidad del proceso



Atención del personal de AESA



Después de la caída del índice NES en 2020 con respecto a 2019 a valores más cercanos a los registrados en 2014 y 2018, en la actualidad se confirma la recuperación de este índice, llegando en el caso de la agilidad del proceso (12,5), a un valor cercano al de 2019 (14,1), lo que confirma el buen hacer de la Agencia en este aspecto más sensible para sus usuarios.

Por tanto, y en definitiva, estos resultados confirman la tendencia de mejora de la calidad de los servicios de AESA tras la caída registrada en 2020.

6. USO Y VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO CON AESA

Este capítulo se dedica a valorar la adaptabilidad de los distintos medios de contacto con AESA (online, teléfono, correo postal u otros) a las necesidades de los usuarios, para facilitar su relación con la Agencia en el proceso de gestión de sus reclamaciones.

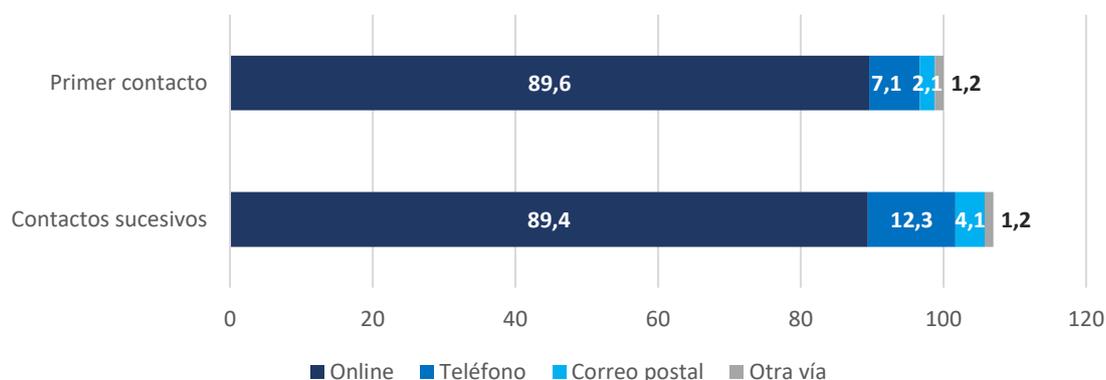
Para ello, se mide la intensidad de uso y la valoración de cada uno de esos medios de contacto por parte de los usuarios.

6.1. Uso de medios de contacto con AESA

Para empezar, cabe destacar que solamente un 6,4% de los usuarios se dirigió únicamente una vez a AESA en todo el proceso de reclamación (en el momento de presentar la reclamación).

Independientemente del número de contactos realizados con la Agencia en este proceso de reclamación, el medio online se consolida como la vía principal para contactar con AESA, tanto en el primer contacto para presentar la reclamación, como en contactos sucesivos.

Gráfico 11. Porcentaje de usuarios que utilizó cada medio, tanto en su primer contacto, como en contactos sucesivos con AESA (n=1.376)



Así, nueve de cada diez usuarios utilizaron la vía online (web y email) tanto para contactar por primera vez con AESA (89,6%), como para realizar contactos sucesivos (89,4%). Se percibe, por otra parte, un incremento significativo del teléfono para realizar el segundo y sucesivos contactos con la Agencia, pasando del 7,1% que lo utiliza en el primer contacto, al 12,3% que lo utiliza para los sucesivos contactos.

El correo postal es minoritario y también las otras vías, destacando entre ellas el acceso a través de intermediarios (abogados y entidades de consumo) y la vía presencial.

Además, y a partir de los resultados de la siguiente tabla, podemos deducir que el 81,0% de los usuarios de la Agencia en 2022 solo utilizaron el medio online para realizar sus gestiones de reclamación ante AESA.

Tabla 12. Uso de distintos medios en posteriores contactos, por parte de los que utilizaron cada medio en su primer contacto con AESA (n=1.658)

Medios utilizados en sucesivos contactos con AESA	Medio utilizado en el primer contacto con AESA			
	Online	Teléfono	Correo postal	Otros medios
Online	90,4%	85,7%	50,0%	58,8%
Teléfono	10,4%	34,7%	10,7%	17,6%
Correo postal	2,5%	11,2%	39,3%	17,6%
Otros medios	6,7%	5,1%	0,0%	5,9%
Nº medio de distintas vías utilizadas en sucesivos contactos	1,10	1,37	1,00	1,00

El medio online, incluso, es el más utilizado en contactos sucesivos por aquellos que utilizaron otros medios para contactar por primera vez con la Agencia:

- el 90,4% de los usuarios que contactaron por primera vez con la Agencia a través de medios online, utilizaron este mismo medio (correo electrónico) para contactos posteriores; además, uno de cada diez de ellos (el 10,4%) utilizó el teléfono;

- el 85,7% de los que contactaron por primera vez con AESA a través del teléfono, en contactos posteriores utilizaron el medio online (web o correo electrónico), mientras que otro 34,7% volvió a utilizar el teléfono;
- la mitad de los que usaron el correo postal en el primer contacto con la Agencia, también recurrieron en mayor medida al medio online para posteriores contactos y cuatro de cada diez de ellos (el 39,3%) volvió a dirigirse a la Agencia a través del correo postal;
- y entre los que contactaron por primera vez con AESA a través de otros medios, el 58,8% utilizó la vía online para contactos posteriores.

De hecho, se detecta, con el paso del tiempo, una mayor concentración hacia el uso del mismo medio, tal y como reflejan los resultados actuales, comparados con los de años anteriores. Y, en esta línea, también se percibe una reducción continua del número medio de distintos canales utilizados por cada usuario:

Tabla 13. Porcentaje de usuarios que utilizaron cada medio para contactar con AESA (2014-2022)

Medio de contacto	2014	2018	2019	2020	2021	2022
Online	40,1	89,4	88,8	89,9	89,6	89,4
Teléfono	26,4	16,4	17,1	16,4	15,6	12,3
Correo postal	73,3	9,1	4,7	5,1	2,8	4,1
Otras vías	--	5,1	2,6	1,1	1,5	1,2
Nº de medios utilizados por usuario	1,40	1,20	1,13	1,12	1,10	1,07
Base	(382)	(451)	(1.529)	(1.658)	(1.966)	(1.376)

En 2014, cada usuario que contactaba con AESA llegaba a utilizar una media de 1,40 medios distintos, con una incidencia especialmente elevada del correo postal; en 2018, este dato bajaba hasta 1,20, siendo ya el medio online el de principal uso entre los usuarios de AESA y fijado como claro sustitutivo del correo postal, el cual cae el 9% de usuarios en ese año.

Esta tendencia se consolida en el periodo de 2018 a 2022, con una mayor concentración en los medios online y telefónico, y una reducción continuada del número de medios distintos utilizados por usuario, hasta llegar a la media más baja de 1,07 medios distintos utilizados en la actualidad.

6.2. Valoración de los distintos medios de contacto

Continuando con el análisis de la adaptación de los distintos medios a las necesidades de los usuarios para comunicarse con la Agencia, se solicitó a los usuarios de cada medio que valoraran la utilidad de todos aquellos medios que hubieran utilizado para cada uno de los tres siguientes conceptos, a través de una escala de valores entre 0 (nada útil) a 10 (muy útil):

- ➔ Rapidez de contacto con AESA.
- ➔ Conocimiento del estado de la reclamación.
- ➔ Claridad de la respuesta de AESA.

Los resultados obtenidos por cada medio para cada concepto entre sus usuarios son los que refleja el siguiente gráfico.

Gráfico 12. Utilidad media (escala de 0 a 10) aportada por cada canal de contacto en cada concepto



Si bien el teléfono parece el medio más ágil para contactar con AESA, su menor impacto con respecto al medio online en el conocimiento del estado de la reclamación y en la claridad de la respuesta, hacen que el medio online sea el que mejor se adapta a las necesidades de los usuarios en el proceso de reclamación.

El correo postal y, sobre todo, los otros medios (generalmente a través de intermediarios o por vía presencial) parecen adaptarse bastante menos a las necesidades de los usuarios.

La evolución de la valoración que aportan los usuarios de cada canal (excluyendo los otros medios), es la siguiente.

Tabla 14. Evolución de la utilidad media de cada medio en cada concepto. (2014-2022)

Medio de contacto	Año	Utilidad para...		
		... rapidez de contacto	... estado de la reclamación	... claridad de la respuesta
Online	2014	7,27	6,09	6,77
	2018	6,67	6,43	6,81
	2019	7,17	7,48	7,76
	2020	6,69	6,97	7,26
	2021	6,61	7,50	7,57
	2022	7,31	7,83	7,80

Medio de contacto	Año	Utilidad para...		
		... rapidez de contacto	... estado de la reclamación	... claridad de la respuesta
Teléfono	2014	7,67	6,49	6,65
	2018	7,57	7,18	6,97
	2019	7,31	6,90	7,20
	2020	7,22	6,93	7,20
	2021	6,96	6,92	6,99
	2022	7,42	7,09	7,03

Medio de contacto	Año	Utilidad para...		
		... rapidez de contacto	... estado de la reclamación	... claridad de la respuesta
Correo postal	2014	6,31	6,05	6,91
	2018	4,56	5,24	5,83
	2019	5,05	4,79	5,66
	2020	5,29	4,49	5,11
	2021	4,49	4,87	5,46
	2022	6,02	5,57	5,84

Esta evolución deja claro cómo los distintos medios, incluyendo el postal, consiguen mejorar su adaptación a las necesidades de los usuarios, tanto en rapidez de respuesta, como en la información sobre el estado de la reclamación o en la claridad de la respuesta.

7. VALORACIÓN DEL INFORME DE AESA

Como paso previo al análisis de la satisfacción general del usuario con los servicios que presta AESA, se analiza la eficacia percibida de la Agencia. Para ello, se recoge la opinión de los usuarios respecto a la valoración que aportan del informe que pone fin al procedimiento de reclamación ante la Agencia. Además, se profundiza en este aspecto abordando el grado de cumplimiento de las compañías con el informe de AESA y su utilidad, ante una eventual reclamación ante otras instancias.

7.1. Acuerdo con la resolución de AESA

El grado de acuerdo de los usuarios de AESA con el informe emitido por la Agencia a su reclamación se mide en una escala de valores entre 0 (nada de acuerdo) y 10 (completamente de acuerdo).

Los resultados a este respecto reflejan cómo un muy alto porcentaje (seis de cada diez, el 60,1% de los usuarios) muestra un acuerdo total con el informe que le propusieron desde AESA, posicionándose en el valor más alto de la escala:

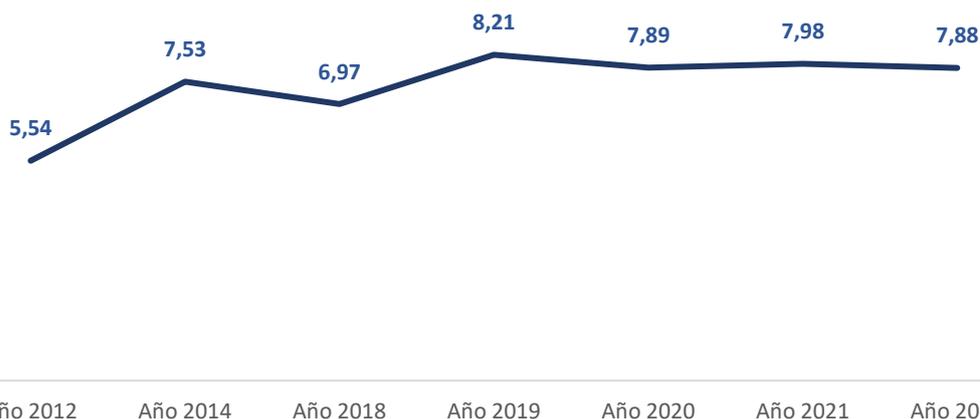
Tabla 15. Grado de acuerdo de los usuarios con el informe de AESA a sus reclamaciones

Valoración	Porcentaje
0. Total desacuerdo	12,6
1	1,3
2	1,3
3	1,3
4	0,7
5	2,4
6	2,1
7	3,0
8	6,8
9	8,5
10. Total acuerdo	60,1
Total	100,0
Base	(1.348)
Valor medio	7,88
Ratio acuerdo (9-10)/desacuerdo (0-4)	3,99

Por tanto, y aunque el 17,2% muestra su desacuerdo con el informe emitido desde la Agencia (entre los valores 0 y 4 de la escala), casi siete de cada diez (el 68,6%) valora su acuerdo con ese informe con las puntuaciones más altas (9-10), para una ratio de casi cuatro usuarios que consideran el informe de AESA como excelente para sus intereses, por cada usuario que la rechaza.

Estos resultados aportan un grado medio de acuerdo bastante favorable de 7,88 puntos en la escala de 0 a 10. Precisamente, recurrimos a este grado medio de acuerdo para comprobar la evolución en el tiempo de la aceptación o el rechazo de los usuarios a los informes que emite AESA.

Gráfico 13. Evolución del grado medio de acuerdo (escala de 0-nada de acuerdo- a 10 –totalmente de acuerdo-) con el informe de AESA (2012-2022)



Tras el incremento en el grado medio de acuerdo con el informe de AESA que se produce en el periodo 2012-2019, pasando de 5,54 a 8,21, en 2020 se produce un ligero retroceso con respecto al año anterior. No obstante, el grado de acuerdo medio de ese año (7,89) se mantiene en niveles muy elevados y claramente por encima de los resultados obtenidos en el periodo 2012-2018.

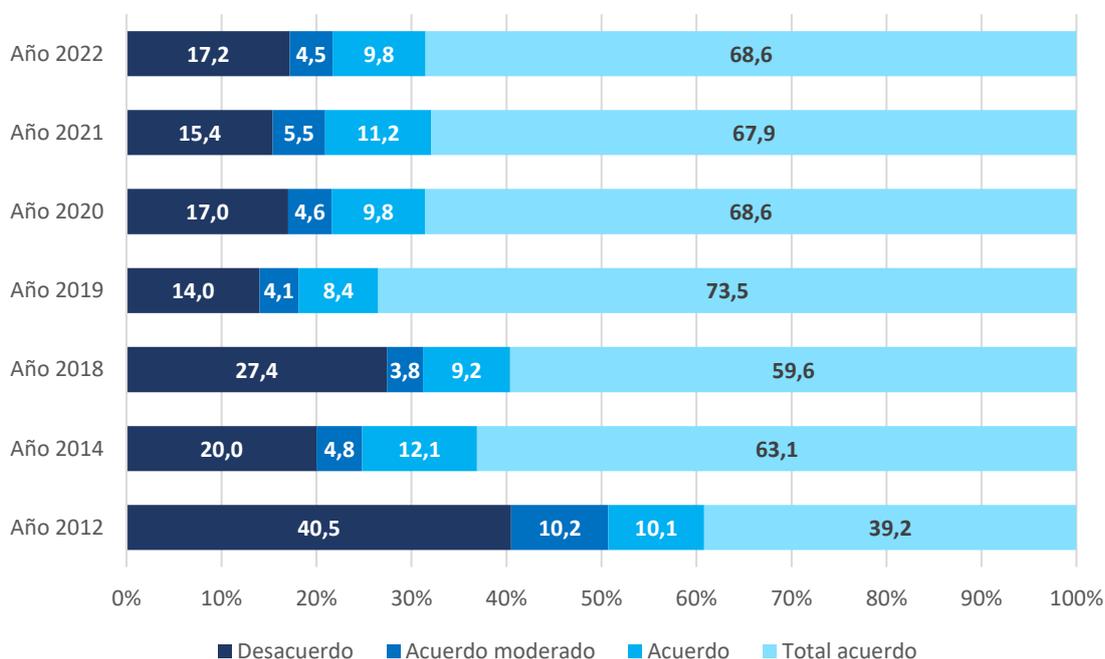
En los últimos años, por su parte, este grado medio de acuerdo se mantiene estable en torno a al valor 7,9, resultando ciertamente positivo.

Esta estabilidad se sustenta tanto en el alto porcentaje de usuarios que muestran el mayor grado de acuerdo con el informe de AESA, como en la baja proporción de aquellos que muestran una mayor disconformidad, según la siguiente agrupación:

Valores de 0 a 4	Desacuerdo
Valores 5 y 6	Acuerdo moderado
Valores 7 y 8	Acuerdo
Valores 9 y 10	Total acuerdo

Este hecho se puede percibir claramente en el siguiente gráfico:

Gráfico 14. Porcentaje de usuarios según su grado de acuerdo con el informe de AESA



El gráfico demuestra un porcentaje estable muy elevado de los que se muestran totalmente de acuerdo con el informe en los últimos años, así como un porcentaje en torno al 15-17% de los que no se encuentran satisfechos con el informe que les propuso AESA.

7.2. Cumplimiento de las compañías con la propuesta de AESA

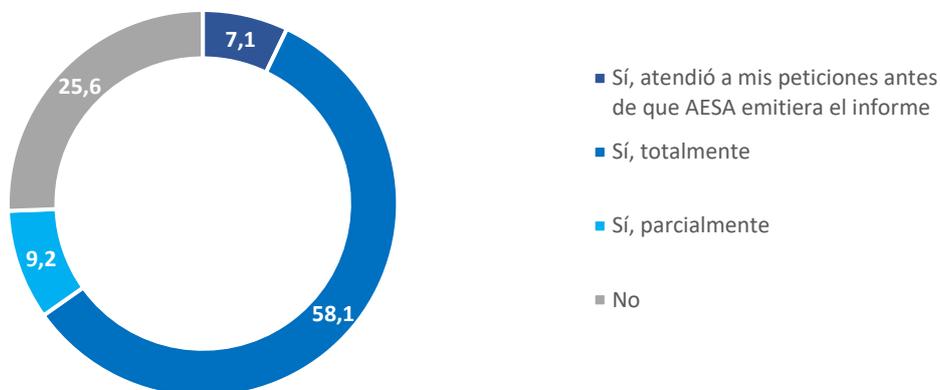
Tras comprobar cómo el grado de acuerdo de la mayor parte de los usuarios que recurren a la Agencia con su informe es bastante elevado, el siguiente contenido de análisis se dirige a comprobar en que medida los pasajeros manifiestan que las compañías aéreas cumplieron con este informe y en qué grado.

Según los resultados de la encuesta, las compañías han cumplido en 2022 en su mayoría con los informes emitidos por la Agencia (el 67,3%), aunque en diferente grado: el 58,1% asumió el informe de AESA en su totalidad y el 9,2% restante sólo parcialmente.

Además, en el 7,1% de los casos, las compañías accedieron a las peticiones de los usuarios incluso antes de que AESA emitiera su informe.

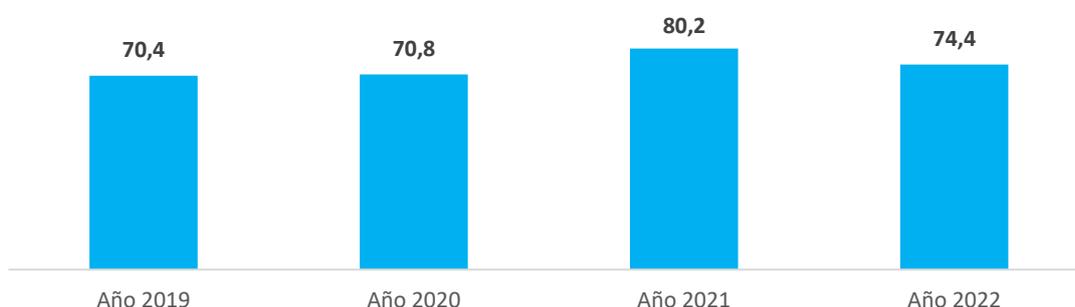
En uno de cada cuatro casos (el 25,6%) los pasajeros manifiestan que la compañía no cumplió con el informe propuesto por AESA.

Gráfico 15. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA? (n=1.376)



Con respecto a años anteriores, este grado de cumplimiento es inferior al del año 2021, tal y como reflejan los resultados del siguiente gráfico, pero superior a los obtenidos en los años 2019 y 2020 sin que se disponga de datos para la serie en años anteriores.

Gráfico 16. Porcentaje de casos en los que la compañía atiende las peticiones del pasajero al finalizar el procedimiento o durante el mismo. (2019-2022)



Considerando exclusivamente a aquellos casos en los que se utilizó el informe de AESA para la reclamación ante la compañía, seguidamente se analiza la evolución del nivel de cumplimiento con los informes emitidos por la Agencia.

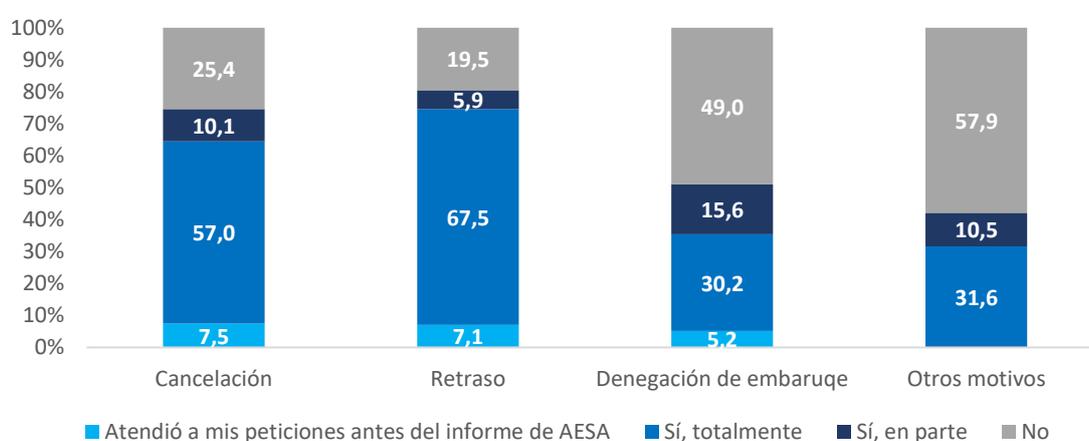
Tabla 16. Grado de cumplimiento de la compañía con el informe final de AESA

Cumplimiento de la compañía	Año 2012	Año 2014	Año 2018	Año 2019	Año 2020	Año 2021	Año 2022
Si (totalmente o en parte)	47,9	56,5	61,9	68	66,8	77,7	72,4
No	52,1	43,5	38,1	32,0	33,2	22,3	27,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base (n)	(317)	(391)	(445)	(1.399)	(1.380)	(1.752)	(1.278)

Aunque actualmente y con respecto al año anterior los resultados son más moderados, los datos de la tabla 16 demuestran cómo la Agencia ofrece, con el paso del tiempo, informes que, cada vez más, aportan una mayor confluencia entre los intereses de pasajeros y compañías. De este modo, no solo los pasajeros muestran un alto grado de acuerdo con el informe emitido por AESA, tal y como se ha visto en el apartado anterior, sino que también son mayoritarios los casos en los que las compañías cumplen con el informe emitido por la Agencia y, por tanto, el proceso aporta una alta utilidad, tanto para los usuarios, como para las compañías.

La situación a este respecto según el motivo de la reclamación refleja ciertas diferencias.

Gráfico 17. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA?, según motivo de la reclamación



Las cancelaciones y los retrasos, como motivos más comunes de reclamación, presentan resultados similares a los generales. Sin embargo, el porcentaje de casos de las denegaciones de embarque y el resto de motivos que no quedan atendidos por las compañías son bastante comunes, superando claramente a los casos en que las compañías admiten la propuesta de AESA.

7.3. Alternativas a la negativa de las compañías y utilidad del informe

Las reacciones de los usuarios ante la negativa de las compañías a cumplir con los informes de AESA según manifiestan en la encuesta son las siguientes:

- ➔ el 48,6% no toma medidas alternativas para resolver su reclamación;
- ➔ un 23,4% acude a un juzgado, y
- ➔ el 28,0% restante toma otro tipo de medidas.

La evolución temporal de estas actitudes ante la negativa de las compañías a cumplir con los informes emitidos por parte de AESA se mantiene bastante estable en el tiempo y se indica a continuación.

Tabla 17. Ante la negativa de la compañía a atender la resolución de AESA o sus peticiones, ¿ha adoptado usted algún tipo de medidas? (2012-2022)

Medidas alternativas	2012	2014	2018	2019	2020	2021	2022
No, ninguna	49,8	42,9	42,7	43,6	48,8	47,4	48,6
Sí, ante un tribunal de justicia	28,8	38,2	34,6	28,4	23,6	22,3	23,4
Sí, otras medidas	12,3	18,8	22,7	28,0	27,6	30,4	28,0
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base (n)	(195)	(191)	(209)	(551)	(626)	(214)	(479)

Se mantiene desde el año 2020 tanto el porcentaje en torno al 48% de los que no toman medidas alternativas, como el de los que recurren a algún tribunal de justicia (en el 23%) y el de los que deciden tomar otras medidas (sobre el 28%), tales como seguir insistiendo, recurrir a organizaciones de consumidores o a abogados, entre otras.

Por otra parte, la mitad de los que han recurrido a un tribunal de justicia (el 49,5%) afirman que aún no ha salido el juicio. Y del resto -teniendo en cuenta que la base muestral es bastante reducida con apenas 54 casos y, por tanto, no permite una representatividad estadística válida de los resultados- hay una dispersión respecto a la manifestación de la utilidad del informe de AESA al recurrir a esta vía de los juzgados:

- ➔ al 31,4%, esta resolución le sirvió de mucho;
- ➔ el 13,0% asegura que le sirvió bastante;
- ➔ otro 13,0% afirma que le resultó de poca utilidad
- ➔ y el restante y mayoritario 42,6% asegura que no le sirvió de nada.

8. GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON AESA

Se concluye el informe con el análisis de la satisfacción general de los usuarios con AESA en el proceso de reclamación. Para ello, se contemplan tres indicadores: el propio grado de satisfacción, la percepción de la protección que aporta AESA a los usuarios y el nivel de recomendación de la Agencia.

8.1. Grado de satisfacción con AESA

Los usuarios se posicionan del siguiente modo por los distintos valores de la escala de 0 a 10, al valorar su nivel de satisfacción con el servicio de AESA en su proceso de reclamación.

Tabla 18. Grado de satisfacción general de los usuarios con AESA

Valor	% de usuarios
0. Absoluta insatisfacción	12,3%
1	1,9%
2	1,8%
3	1,5%
4	1,6%
5	3,3%
6	2,7%
7	5,7%
8	9,9%
9	14,0%
10. Completa satisfacción	45,4%
Total	100,0%
Base	(1.369)
Grado medio de satisfacción	7,48

Seis de cada diez pasajeros que recurrieron a la Agencia durante 2022 (el 59,4%) muestran un muy alto grado de satisfacción con los servicios recibidos (valoraciones de 9 y 10). Otro 15,6%, además, se posiciona en valores de satisfacción elevado (7 y 8), lo que supone que tres de cada cuatro usuarios muestran un grado de satisfacción alto o muy alto.

Por el contrario, uno de cada ocho usuarios (el 12,3%) muestra un máximo nivel de insatisfacción (valor 0), a los que habría que añadir otro 6,8% que, en mayor o menor medida (por debajo del valor 5 de la escala), se muestra insatisfecho con el servicio prestado por AESA. O, lo que es lo mismo, uno de cada cinco usuarios está insatisfecho con la Agencia.

Así, el grado medio de satisfacción se sitúa en un valor de 7,48 puntos, recuperando así parte del valor perdido en los años 2020 y 2021.

Gráfico 18. Grado medio de satisfacción (escala de 0 a 10) de los usuarios de AESA (2014-2022)

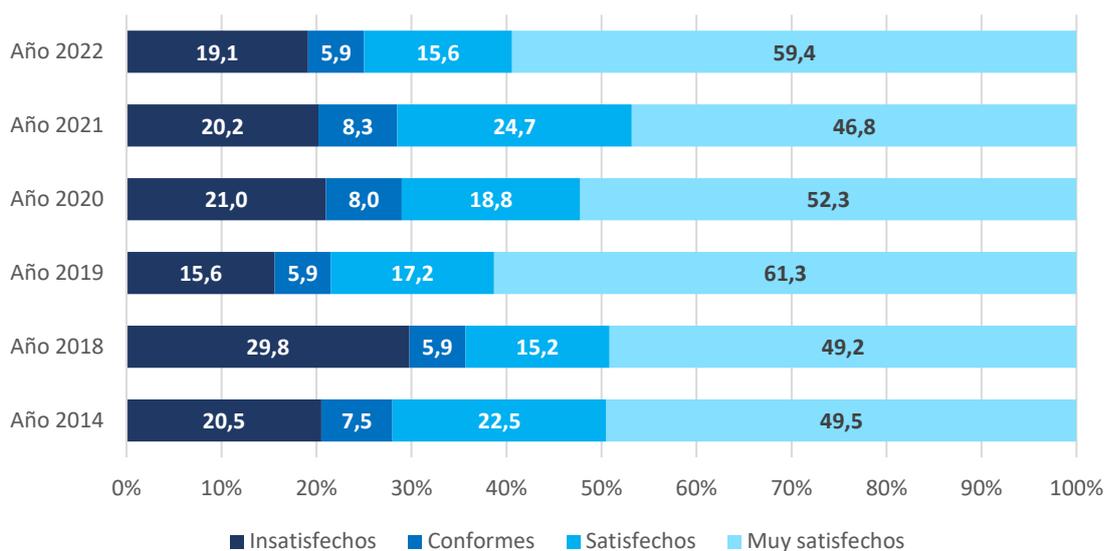


En efecto, y al margen del valor obtenido en 2019, en la actualidad se obtiene el grado medio de satisfacción más elevado en una serie caracterizada, salvo en 2018, por altos valores de satisfacción de los usuarios con los servicios prestados por la Agencia. Pero para valorar mejor esta evolución, se establecen los siguientes grupos de usuarios según su posicionamiento en la escala:

Valores de 0 a 4	Insatisfechos
Valores 5 y 6	Conformes
Valores 7 y 8	Satisfechos
Valores 9 y 10	Muy satisfechos

El siguiente gráfico refleja la evolución en el tiempo del peso de estos grupos.

Gráfico 19. Porcentaje de usuarios según su grado de satisfacción con de AESA (2014-2022)



En la actualidad, se obtiene una proporción de muy satisfechos bastante aproximada al máximo alcanzado en 2019 (en torno a seis de cada diez), manteniéndose el porcentaje de los insatisfechos en uno de cada cinco usuarios, como sucede en la mayoría de los estudios realizados, salvo en 2018 (donde se incrementa este porcentaje hasta el 29,8%) y en 2019 (donde se reduce al 15,6%).

8.2. Percepción de la protección de AESA a los pasajeros

Continuando con la tendencia favorable de los resultados en los distintos indicadores del informe, los usuarios de la Agencia tienen una percepción, a partir de su experiencia, de alta protección de sus derechos por parte de AESA.

Tabla 19. A partir de su experiencia, ¿en qué medida cree que la actuación de AESA ayuda a proteger los derechos de los pasajeros?

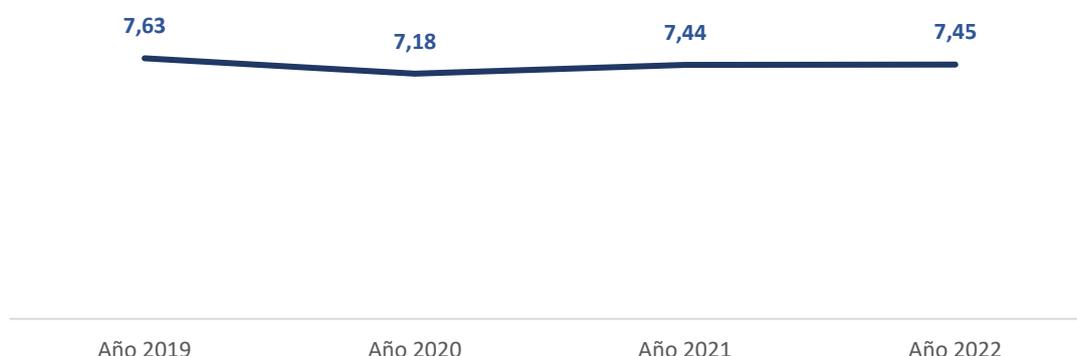
Valor	% de usuarios
0. Ninguna protección	14,0%
1	2,1%
2	2,1%
3	1,7%
4	1,4%
5	2,4%
6	2,8%
7	3,7%
8	7,0%
9	10,4%
10. Absoluta protección	52,3%
Total	100,0%
Base	(1.362)
Percepción media de protección	7,45

Más de la mitad de los usuarios (el 52,3%) opina que AESA protege absolutamente a los pasajeros en la defensa de sus derechos, posicionándose en el valor más alto de la escala, además del 10,4% que se posiciona en el valor 9, lo que aporta una percepción muy favorable de AESA como defensora de los derechos de los pasajeros.

En cambio, en el polo opuesto, un 21,3% tiene una percepción negativa (por debajo del valor 5 de esa escala). Estos resultados aportan una ratio de 2,94 usuarios con una valoración muy positiva de AESA en este aspecto, por cada uno que valora a la Agencia de modo negativo.

Estos resultados aportan una percepción media de protección de los derechos de los pasajeros de 7,45 en la escala de 0 a 10.

Gráfico 20. Grado medio de percepción (escala de 0 a 10) de AESA como entidad defensora de los derechos de los pasajeros (2019-2022)

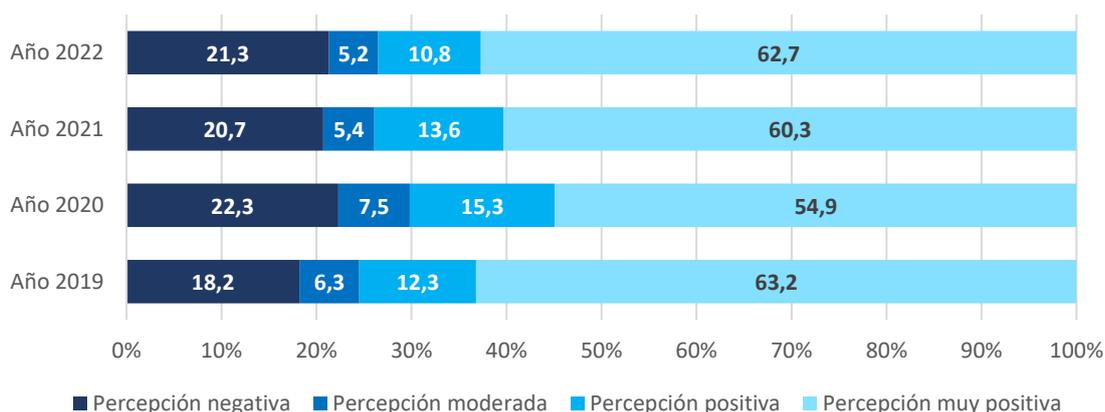


Esta valoración media consigue mantener el alto grado de percepción de 2021 (7,44) y supera a la de 2020 (7,18), aunque se sitúa por debajo de la más favorable obtenida en 2019 (7,63).

También para este indicador se recurre a la agrupación de usuarios según su valoración, para profundizar en su evolución.

- Valores de 0 a 4 Percepción negativa de que AESA proteja los derechos de los pasajeros
- Valores 5 y 6 Percepción moderada de que AESA defiende los derechos de los pasajeros
- Valores 7 y 8 Percepción positiva de que AESA defiende los derechos de los pasajeros
- Valores 9 y 10 Percepción muy positiva de que AESA defiende de los derechos de los pasajeros

Gráfico 21. Porcentaje de usuarios según su grado de percepción de defensa de sus derechos por parte de AESA (2019, 2020, 2021 y 2022)



La proporción de usuarios con una percepción muy positiva de AESA como defensora de los derechos de los pasajeros recupera prácticamente el nivel alcanzado en 2019, mientras que se mantiene en torno al 21% la de los que tienen una percepción negativa.

8.3. Net Promoter Score (NPS)

El último indicador cuantitativo de análisis para este informe de satisfacción de los usuarios de AESA es el Net Promoter Score (NPS). Se trata de un indicador que mide el grado de lealtad del usuario y se calcula mediante agrupaciones de usuarios, en función del nivel de recomendación de la Agencia a otros usuarios, en una escala de 0 a 10. Precisamente, en la siguiente tabla se muestran los resultados globales obtenidos en dicha escala.

Tabla 20. ¿Recomendaría AESA a otra persona con el mismo problema que usted tuvo? Indíquelo en una escala de 0 (seguro que no lo recomendaría) a 10 (seguro que sí lo recomendaría)

Valor	% de usuarios
0. No recomendaría nunca acudir a AESA	12,2%
1	2,1%
2	2,3%
3	0,7%
4	0,9%
5	3,2%
6	1,5%
7	2,8%
8	3,1%
9	6,7%
10. Recomendaría siempre acudir a AESA	64,5%
Total	100,0%
Base	(1.365)
Grado medio de recomendación	7,87

Casi dos de cada tres usuarios (el 64,5%) recomendaría con total seguridad a otra persona con el mismo problema acudir a AESA para defender sus derechos, por un 18,2% que se sitúa en los valores de 0 a 4 y que, por tanto, no recomendaría acudir a la agencia.

Estos resultados reflejan que por cada persona que desaconseja acudir a la Agencia, hay 3,91 que lo recomiendan ampliamente (posiciones 9 y 10 de la escala).

La distribución de los usuarios por los distintos valores de recomendación de la escala aporta un grado medio de recomendación de 7,87 puntos, reflejando un grado de recomendación muy elevado, en la línea del obtenido en 2021 (7,86), algo superior al del año 2020 (7,63) y ligeramente por debajo del obtenido en 2019 (8,06).

Una vez comprobada la distribución de los usuarios de AESA por la escala de recomendación, establecemos el índice NPS. Para ello, se agrupan los usuarios en función de su grado de recomendación de la Agencia en los tres siguientes grupos:

- **Detractores:** no recomendaría a otra persona acudir a la Agencia; aquellos que se sitúan en los valores 0 a 6 de la escala, que representan el 22,9% de los usuarios encuestados.

- **Pasivos:** aquellos que pueden recomendar o no AESA a otros potenciales usuarios; son los que se posicionan en los valores 7 y 8 de la escala, y suponen un 5,9% de los consultados.
- **Promotores:** los que recomiendan AESA de modo inequívoco; son los que se posicionan en los valores 9 y 10 de la escala, y que representan el 71,2% de los encuestados.

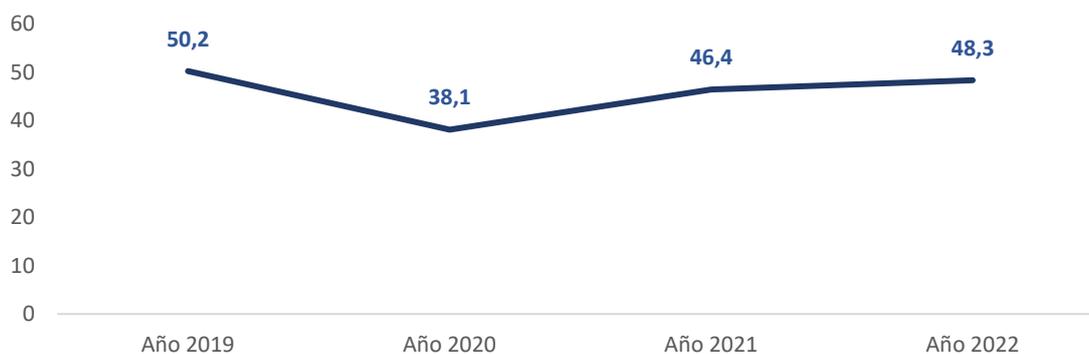
En concreto, el índice NPS se obtiene restando al porcentaje de los promotores, el porcentaje de los detractores. De este modo, se obtiene un valor entre -100 (todos serían detractores, situados en los valores 0 a 6 de la escala) y 100 (todos serían promotores de AESA, en los valores 9 y 10). Un valor por encima de 35 se considera excelente, mientras que por debajo de 0 se considera de riesgo.

Gráfico 22. Índice NPS de AESA (n=1.599)



AESA obtiene un excelente índice NPS de 48,3 puntos, lo que representa una alta lealtad de los usuarios a la Agencia, manteniendo así los muy altos niveles de recomendación que se vienen obteniendo desde que comenzó a medirse este indicador.

Gráfico 23. Índice NPS (Net Promoter Score) de AESA (2019-2022)



Tras el retroceso detectado en 2020 con respecto a 2019, AESA consigue mantener la línea de incremento del indicador NPS que consiguió en 2021, situándose actualmente muy cerca del extraordinario resultado de 2019.



ANEXO I. CUESTIONARIO

CUESTIONARIO A USUARIOS. DERECHOS DE LOS PASAJEROS

Responda al siguiente cuestionario a partir de su relación como usuario de los servicios de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA). Le rogamos la máxima sinceridad en sus respuestas y le informamos que sus respuestas son absolutamente anónimas, confidenciales y que serán tratadas con fines exclusivamente estadísticos.

I. ACCESO Y CONTACTO CON AESA

1. ¿Por qué motivos acudió a los servicios de AESA durante el año 2022? Indique todos los que correspondan

1. Cancelación
2. Retraso
3. Denegación de embarque
4. Otros motivos. Indicar cuál o cuáles _____

2. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?

1. Acudí directamente porque ya la conocía
2. Me informaron en la propia compañía
3. Por los servicios de información del aeropuerto
4. Por un contacto privado (familiar, amigo...)
5. Por una autoridad de consumo u organización de consumidores
6. Por medios de comunicación offline (prensa, radio, tv...)
7. Por medios de comunicación online (páginas web, blogs, redes sociales...)
8. Por otras vías. Indicar cuál o cuáles _____

3. ¿Cuál de los siguientes medios utilizó para su primer contacto con AESA en su reclamación?

1. Online (página web, mail, twitter...)
2. Por teléfono
3. Por correo postal
4. Otra vía. Indicar cuál _____

4. Y, ¿en sucesivos contactos con la Agencia?

1. Online (página web, mail, twitter...)
2. Por teléfono
3. Por correo postal
4. Otra vía. Indicar cuál _____

Valore, por favor, la utilidad que le aportó cada una de estas vías en una escala de 0 (nada útil) a 10 (absolutamente útil) para cada uno de los siguientes aspectos:

5. Rapidez de contacto con AESA
6. Información sobre el estado de la reclamación
7. Claridad de la respuesta de AESA

1. Online	2. Teléfono	3. Correo postal	4. Otra vía

II. VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DE LA RECLAMACIÓN

Seguidamente le pedimos que valore algunos aspectos referentes a la gestión de su reclamación y si los servicios prestados por AESA en cada uno de ellos fueron mejores, iguales o peores de lo inicialmente esperado por usted. Valore de 0 (muy negativamente) a 10 (muy positivamente) los siguientes aspectos.

- 8-9. Claridad con que AESA gestionó la reclamación
- 10-11. La sencillez del proceso de reclamación
- 12-13. La agilidad del proceso
- 14-15. La atención recibida por parte del personal de AESA

Valore de 0 a 10	Valor esperado 1.Peor - 2. Igual - 3. Mejor

- 18. ¿Se muestra usted de acuerdo con la resolución propuesta por AESA a su reclamación? Valore entre 0 (total desacuerdo) y 10 (total acuerdo)
- 19. ¿Cumplió la compañía con el resultado del informe de AESA?
 - 1. Sí, totalmente **Pasar a P22**
 - 2. Atendió a mis peticiones antes de que AESA emitiera el informe **Pasar a P22**
 - 3. Sólo en parte
 - 4. No
- 20. Ante la negativa de la compañía a atender la resolución de AESA o sus peticiones, ¿ha adoptado usted algún tipo de medidas?
 - 1. No, ninguna **Pasar a P22**
 - 2. Sí, en un juzgado
 - 3. Sí, otra. Indique cuál _____
- 21. ¿Le fue útil el informe de AESA en el juzgado?
 - 1. Muy útil
 - 2. Bastante útil
 - 3. Poco útil
 - 4. Nada útil
 - 5. Aún no ha salido el juicio
- 22. Y, en general, ¿cómo valora en una escala de 0 (muy negativamente) a 10 (muy positivamente) su satisfacción con la gestión de su reclamación por parte de AESA?
- 23. A partir de su experiencia, ¿en qué medida cree que la actuación de AESA ayuda a proteger los derechos de los pasajeros? Valore de 0 (no ayuda nada) a 10 (ayuda completamente)
- 24. ¿Recomendaría AESA a otra persona con el mismo problema que usted tuvo? Indique su grado de recomendación en una escala de 0 (seguro que no lo recomendaría) a 10 (seguro que sí lo recomendaría)
- 25. Por último, señale todo aquello que le parezca importante en su proceso de reclamación con la Agencia y que no haya recogido el cuestionario

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

