

Estudio de satisfacción  
de los usuarios con los  
servicios prestados por  
AES A, 2020.  
**DERECHOS DE LOS PASAJEROS**

F-DEA-CDO-10 3.0

2020 EDICIÓN 1.0 © AESA

AGENCIA ESTATAL DE SEGURIDAD AÉREA

*Este documento se acoge al amparo del Derecho de la Propiedad Intelectual. Quedan reservados todos los derechos inherentes a que ampara la Ley, así como los de traducción, reimpresión, transmisión radiofónica, de televisión, Internet (página web), de reproducción en forma fotomecánica o en cualquier otra forma y de almacenamiento en instalaciones de procesamiento de datos, aun cuando no se utilice más que parcialmente.*

*Cualquier copia impresa o en soporte informático, total o parcial de este documento se considera como copia no controlada y siempre debe ser contrastada con su versión vigente en la web.*

## Índice

<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>2</b>
<b>OBJETIVOS Y METODOLOGÍA .....</b>	<b>3</b>
OBJETIVOS 3	
METODOLOGÍA .....	3
UNIVERSO 3	
DISEÑO METODOLÓGICO.....	4
TRABAJO DE CAMPO .....	5
<b>1. MOTIVOS DE ACCESO Y CANALES DE CONOCIMIENTO .....</b>	<b>6</b>
1.1 MOTIVOS PARA RECURRIR A AESA.....	6
1.2 CANAL DE CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA.....	6
<b>2. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO.....</b>	<b>8</b>
2.1 VALORACIÓN GLOBAL DE LA CALIDAD .....	8
2.2 CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS .....	13
2.2.1. Claridad del proceso de reclamación .....	13
2.2.2. Sencillez del proceso de reclamación .....	14
2.2.3. Agilidad del proceso de reclamación .....	15
2.2.4. Atención del personal de aesa .....	16
2.2.5. Net Expectation Score.....	17
<b>3. USO Y VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO CON AESA .....</b>	<b>18</b>
3.1 USO DE MEDIOS DE CONTACTO CON AESA.....	18
3.2 VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO .....	19
<b>4. VALORACIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE AESA .....</b>	<b>21</b>
4.1 ACUERDO CON LA RESOLUCIÓN DE AESA .....	21
4.2 CUMPLIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS CON LA PROPUESTA DE AESA.....	23
4.3 ALTERNATIVAS A LA NEGATIVA DE LAS COMPAÑÍAS Y UTILIDAD DE LA RESOLUCIÓN .....	24
<b>5. GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON AESA.....</b>	<b>26</b>
5.1 GRADO DE SATISFACCIÓN CON AESA.....	26
5.2 PERCEPCIÓN DE LA PROTECCIÓN DE AESA A LOS PASAJEROS .....	27
5.3 NET PROMOTER SCORE (NPS) .....	28
<b>ANEXO. Cuestionario .....</b>	<b>30</b>

## INTRODUCCIÓN

Además de los servicios a profesionales y entidades del sector aeronáutico en nuestro país, la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA) interviene como mediador entre las compañías aéreas y los pasajeros en, principalmente, aquellas reclamaciones interpuestas por éstos ante cancelaciones, retrasos, denegaciones de embarque y otros aspectos de reclamación planteados por los usuarios de estas compañías. Del mismo modo, AESA interviene en otras funciones de información y asesoramiento a este colectivo de pasajeros.

La protección de los derechos de los pasajeros de vuelos comerciales es una tarea considerada fundamental por la propia Agencia en su deber y afán por servir a la sociedad en la defensa y protección de los ciudadanos que utilizan distintos servicios aeronáuticos que ofrecen las compañías. Además, la incidencia directa de este servicio de protección al usuario en la notoriedad e imagen de la Agencia ante la sociedad, hacen que adquiera especial importancia en el trabajo cotidiano de la entidad.

Por todo ello, y como continuidad a los estudios realizados en 2012, 2013, 2018 y 2019, el presente informe recoge la evolución de los indicadores de satisfacción con la Agencia por parte de los usuarios que han realizado en el transcurso de 2020 alguna reclamación acudiendo a los servicios de AESA, con el objeto de conocer el estado actual de este servicio desde la perspectiva de los propios afectados.

## OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

### OBJETIVOS

El objetivo general de estudio es el de conocer, en términos cuantitativos, el grado de satisfacción general de los usuarios (pasajeros de vuelos comerciales) de los servicios de Derechos de los Pasajeros que presta la Agencia Estatal de Seguridad Aérea.

Para ello, se plantean los siguientes contenidos de conocimiento:

- ➔ 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. Esta valoración 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.

Además, se busca conocer la evolución en el tiempo, tanto del grado general de satisfacción, como de los principales indicadores de análisis, a partir de los resultados de los estudios anteriores que, sobre esta misma temática, se realizaron sobre los años 2012, 2013, 2018 y 2019.

### METODOLOGÍA

#### UNIVERSO

El universo de estudio lo componen el conjunto de pasajeros de vuelos comerciales que utilizaron, en el transcurso de 2020, los servicios de protección a los usuarios que ofrece AESA. Según datos de la propia Agencia, recurrieron a estos servicios un total de 46.446 usuarios.

Este target de personas que han acudido a la Agencia para reclamar sus derechos como pasajeros de vuelos comerciales se distribuyen del siguiente modo por los principales motivos de reclamación:

- ➔ Cancelación: 33.478 usuarios.
- ➔ Retraso: 11.771 usuarios.
- ➔ Denegación de embarque: 1.059 usuarios
- ➔ Otros motivos: 138 usuarios.

La incidencia de los motivos varía significativamente con respecto a ejercicios anteriores debido a la pandemia por la covid-19. De este modo, las reclamaciones asociadas a cancelaciones se incrementan significativamente, llegando a doblar el número de reclamaciones que por este motivo se registraron en 2019. De este modo las cancelaciones se convierten este año en el principal motivo de reclamación, cuando en años anteriores eran los retrasos el motivo de mayor recurrencia a la Agencia, los cuales caen actualmente un 43% con respecto al año anterior (20.700 usuarios reclamaron en aquel año ante la Agencia por este motivo).

También, los motivos menos comunes de reclamación, como las denegaciones de embarque u otros en general, descienden en la actualidad de manera intensa: el 34% y el 95%, respectivamente.

## DISEÑO METODOLÓGICO

Para la realización de este trabajo se diseñó un método cuantitativo mediante encuesta online por muestra proyectada a un listado, propiedad de AESA, de pasajeros de vuelos comerciales que recurrieron, en el transcurso del año 2020, a la propia Agencia para reclamar sus derechos ante una eventual vulneración de los mismos, y cuyos datos estuvieran disponibles para poder establecer un contacto a través de correo electrónico.

Inicialmente, el tamaño de la muestra mínimo proyectado fue de 400 cuestionarios completados válidos. Este umbral mínimo se sobrepasó ampliamente al obtener un total de 1.852 cuestionarios recibidos. A cada uno de esos cuestionarios se les sometió a los procesos de validación (contener, al menos, un 95% de 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 96 cuestionarios, por lo que el número final de cuestionarios que pasó estos controles y que se consideraron útiles para el trabajo fueron de 1.756.

Este volumen, para el universo de estudio de 46.446 usuarios, aporta un margen de error estadístico del  $\pm 2,29\%$ , con una  $p=q=0,5$  y un grado de confianza del 95,5%, por lo que los resultados del estudio son altamente representativos.

### 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: 1.395 casos.
- Retraso: 353 casos.
- Denegación de embarque: 39 casos.
- Otros motivos: 42 casos.

Esta distribución muestral según el tipo de reclamación resulta similar, aunque no exacta, a la del conjunto del universo, tal y como muestra la siguiente tabla.

**Distribución porcentual del universo y de la muestra, según motivo de la reclamación**

Motivo	% sobre N (target)	% sobre n (muestra)
Cancelación	72,1%	76,3%
Retraso	25,3%	19,3%
Denegación de embarque	2,3%	2,1%
Otros motivos	0,3%	2,3%
Total	100,0%	100,0%

Por tanto, y para ejecutar el proceso estadístico sin sesgos, resulta necesario equilibrar el peso porcentual de cada motivo de reclamación en la muestra, al peso de cada uno de ellos en el universo de estudio. Para ello, se establecen los siguientes factores de ponderación, resultantes de dividir el porcentaje sobre el universo de cada motivo, entre el porcentaje sobre la muestra de ese mismo motivo de reclamación:

**Factores de ponderación de equilibrio de la muestra al peso de cada motivo de reclamación en el universo**

Motivo	Factor de ponderación
Cancelación	0,9450
Retraso	1,3131
Denegación de embarque	1,0693
Otros motivos	0,1294

Por tanto, a todos los casos de la muestra, en función del motivo de su reclamación, se les aplica el correspondiente factor de ponderación.

### TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo de distribución y cumplimentación del cuestionario se llevó a cabo mediante un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, autocumplimentado online, en los idiomas de castellano e inglés, y previo contacto de solicitud de participación con los usuarios desde la propia Agencia, entre los días 28 de enero y 19 de febrero de 2021.

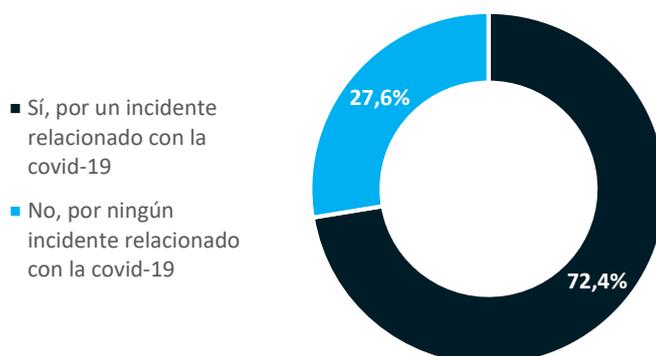
El cuestionario de consulta se adjunta como anexo al final de este informe.

## 1. MOTIVOS DE ACCESO Y CANALES DE CONOCIMIENTO

### 1.1 MOTIVOS PARA RECURRIR A AESA

La situación provocada por la pandemia de la covid-19 ha provocado que, de uno u otro modo, la mayor parte de las reclamaciones realizadas ante la Agencia en 2020 estén relacionadas con este hecho.

Gráfico 1.1. ¿Acudió a los servicios de AESA por algún incidente relacionado con la covid-19? (n=1.705)



En efecto, cerca de tres de cada cuatro reclamaciones (el 72,4%) se realizaron por algún incidente relacionado con la crisis derivada de la covid-19, por lo que el impacto de esta realidad ha sido decisivo en las demandas reclamadas ante la Agencia por los usuarios en este último año.

### 1.2 CANAL DE CONOCIMIENTO DE LA AGENCIA

Por otra parte, el 31,5% de los usuarios supieron que tenían que acudir a AESA informándose a través de medios online (páginas web, blogs, redes sociales...), convirtiéndose éste en el principal canal de conocimiento de la Agencia.

Los contactos personales (familiares, amigos, compañeros de viaje...) supusieron la vía de conocimiento de la Agencia como organismo para reclamar los derechos de los pasajeros de vuelos comerciales para un 22,1% de los usuarios. Un 16,4% acudió a AESA porque ya la conocía con anterioridad y un 14,2% supo de la Agencia por alguna autoridad u organización de consumo.

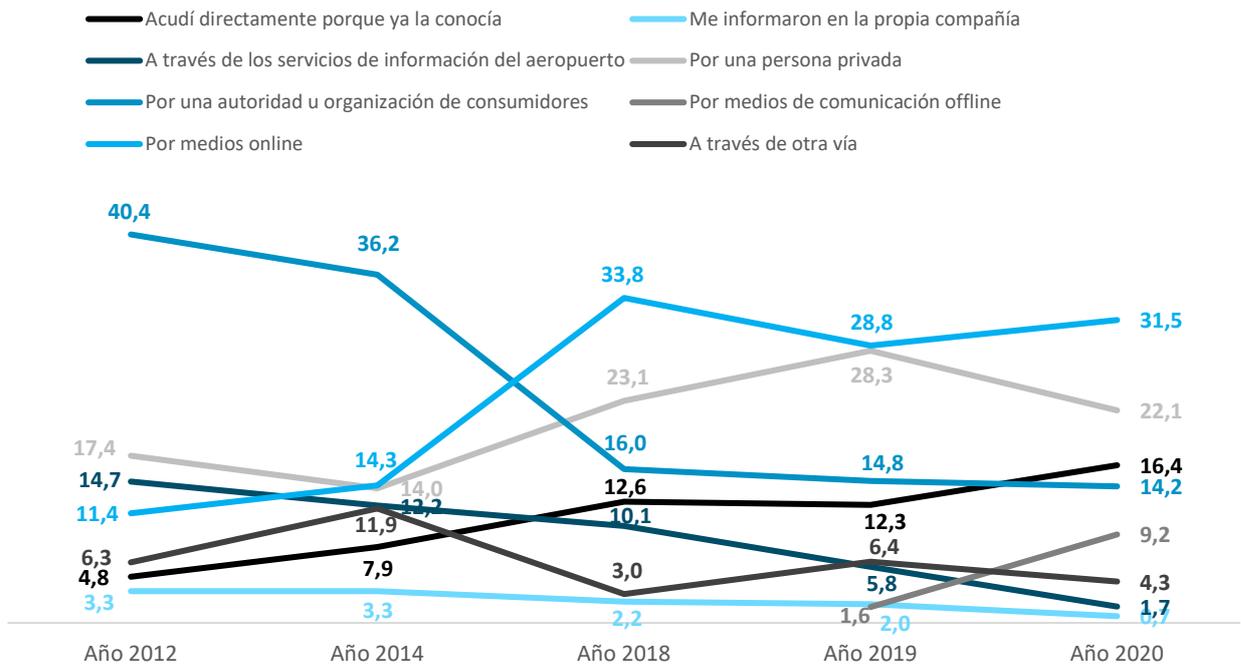
Tabla 1.1. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación?

Motivo	% sobre usuarios
Por medios online (Internet, blogs, twitter, redes sociales...)	31,5
Por una persona privada (familiar, amigo, compañero de viaje...)	22,1
Acudí directamente porque ya la conocía	16,4
Por una autoridad u organización de consumo	14,2
Por medios de comunicación offline (prensa, radio, tv...)	9,2
A través de los servicios de información del aeropuerto	1,7
Me informaron en la propia compañía aérea	0,7
A través de otra vía	4,3
Total	100,0
Base	(1.727)

Por su parte, cerca de uno de cada diez usuarios (el 9,2%) supieron de AESA como organismo para reclamar sus derechos a través de medios offline (prensa, radio, tv...), mientras que otras vías que pudieran ser más directas, como los servicios de información de los aeropuertos o, incluso, las propias compañías aéreas, apenas suponen una vía de conocimiento de la Agencia para los usuarios.

La evolución del impacto de cada canal en el conocimiento de la Agencia es el siguiente:

**Gráfico 1.2. ¿Cómo supo que tenía que acudir a AESA para tramitar/realizar su reclamación? (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**



Bases muestrales: 2012 (n=334); 2014 (n=393); 2018 (n=506); 2019 (n=1.529); 2020 (n=1.727)

Más de la mitad de los usuarios (el 53,6%) conocen la Agencia a través de los medios online y las personas de contacto (amigos, familiares, compañeros...) siendo las dos vías principales de acceso a AESA desde 2018. En los primeros años de análisis (2012-2014), la principal vía de conocimiento eran las autoridades u organizaciones de consumo, cuyo impacto se reduce significativamente a partir de 2018. De hecho, los que en la actualidad acuden a la Agencia y ya la conocían, son más de los que acuden a ella a través de alguna autoridad u organización de consumo.

Por otra parte, es significativo el descenso continuado del impacto de las propias compañías aéreas y, sobre todo, de los servicios de información del aeropuerto, cuya incidencia de conocimiento de AESA en el último año apenas se sitúa en el 2,7% para ambas vías.

## 2. VALORACIÓN DE LA CALIDAD DEL SERVICIO

Una vez comprobados los motivos de reclamación y la vía de acceso a AESA, seguidamente se mide la calidad del servicio de la Agencia en las reclamaciones de los pasajeros, a través de los indicadores de claridad de la gestión, sencillez y agilidad del proceso, y atención recibida por parte del personal de AESA. Posteriormente, se valora la medida en que la Agencia ha cumplido con las expectativas de sus usuarios antes de recurrir a sus servicios.

### 2.1 VALORACIÓN GLOBAL DE LA CALIDAD

Los resultados respecto a los cuatro indicadores mencionados de calidad son los que arroja la siguiente tabla. En ella se expresa la valoración que aportan los usuarios de AESA para cada uno de ellos, en una escala de 0 (valoración muy negativa) a 10 (valoración muy positiva).

Tabla 2.1. 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	5,9	4,6	11,7	6,9
1	2,6	1,7	6,0	2,7
2	2,5	3,0	4,8	2,0
3	1,9	3,9	6,1	3,4
4	2,7	2,2	5,6	2,1
5	6,0	7,8	8,9	7,6
6	4,0	9,1	9,7	4,6
7	10,3	15,1	13,3	8,7
8	16,1	18,1	13,2	14,5
9	16,1	16,3	8,7	15,3
10. Muy positivo	31,8	18,1	12,0	32,4
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(1.729)	(1.661)	(1.736)	(1.505)
Valor medio	7,42	7,01	5,56	7,28

La mayoría de los usuarios aportan valoraciones elevadas (iguales o superiores al valor 7,00) en los distintos aspectos de calidad. De hecho, en la claridad de la gestión y la atención del personal, el 48% de los usuarios establecen valoraciones de muy alta valoración (valores 9 y 10 de la escala).

Por el contrario, los porcentajes de usuarios que valoran negativamente (por debajo de 5,00) a AESA en cada uno de estos indicadores son minoritarios: el 15,6% en claridad de la gestión; el 15,4% en sencillez del proceso; el 17,1% en atención del personal y un más elevado 34,2% en la agilidad del proceso.

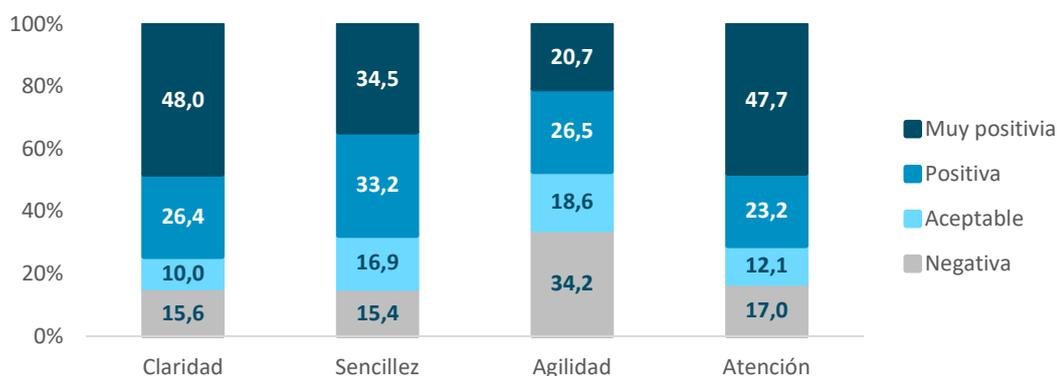
Estos datos reflejan, en general, una valoración claramente positiva de los usuarios de la Agencia respecto a la calidad de sus servicios, tal y como expresan las valoraciones medias en los indicadores de claridad en la gestión del proceso (7,42), atención del personal (7,28) y sencillez del proceso de reclamación (7,01). Sin embargo, no resulta tan alta esta valoración media en el indicador de agilidad del proceso (5,56).

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 muy positiva

El siguiente gráfico refleja la distribución de los usuarios de AESA en 2020 por cada uno de estos grupos de valoración en cada uno de los cuatro indicadores utilizados para medir la calidad del servicio de AESA a los pasajeros de vuelos comerciales.

**Gráfico 2.1. Distribución de los usuarios, según su valoración agrupada en cada atributo**

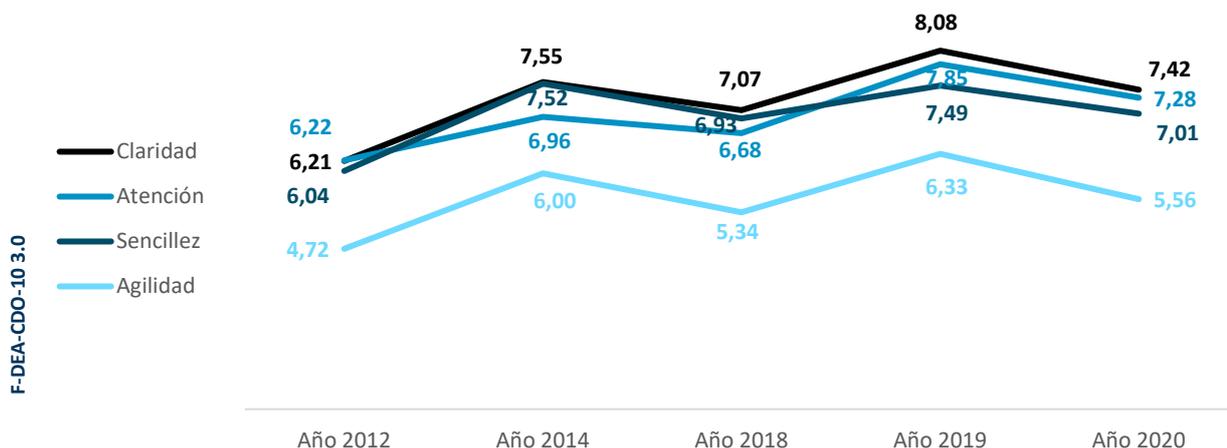


Los valores más altos de la escala (9 y 10) son mayoritarios en todos los casos, excepto en el de agilidad del proceso, donde más de la tercera parte de los usuarios suspenden a la Agencia en este concepto.

Estos resultados muestran cómo encontramos 3,1 usuarios que valoran la claridad del proceso de modo muy elevado (valores 9 y 10) por cada usuario que la valora de modo negativo (valores 0 a 4): 2,2 que valoran muy positivamente la sencillez del proceso, por cada uno que la valora negativamente; y 2,8 que valoran muy positivamente la atención recibida, por cada uno que la valora de modo negativo. Por su parte, por cada usuario que valora de modo muy positivo la agilidad del proceso, hay 1,7 que lo valoran de modo negativo.

Estos resultados, en general favorables, han evolucionado este año 2020 por debajo de los altos registros del año 2019, aunque por encima de los de años anteriores. 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:

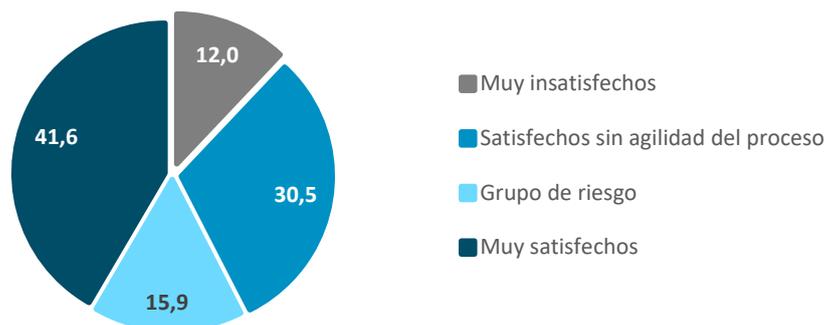
**Gráfico 2.2. Valoración media (escala de 0 a 10) de cada atributo. (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**



Quizás, la situación especial provocada por la crisis de la covid-19 haya podido influir en esta valoración más moderada con respecto al año anterior.

En línea con estudios anteriores, el siguiente paso en este análisis es el de agrupar a los usuarios de AESA en segmentos, en función de la valoración que aportan a cada concepto. Para ello, se realiza un análisis estadístico de Cluster o de conglomerados, cuyos resultados identifican los siguientes cuatro grupos de usuarios.

Gráfico 2.3. Segmentos de usuarios según la valoración de la calidad de la Agencia (n=1.418)



Cuatro de cada diez usuarios (el 41,6%) se integran en el segmento de valoración muy positiva de los servicios de atención a los derechos de los pasajeros de AESA. Además, otro 30,5% pertenecen al grupo de satisfechos, aunque sin valorar favorablemente la agilidad de los procesos. Por el contrario, un 12,0% forman el segmento de usuarios claramente insatisfechos con los servicios de AESA, mientras que el 15,9% restante pertenece a un grupo denominado de riesgo, caracterizado por no aportar valoraciones favorables en los distintos indicadores, pero sí claramente baja en la agilidad del proceso.

En la siguiente tabla se reflejan las valoraciones medias (en la escala de 0 a 10) que aportan los integrantes de cada uno de estos segmentos, en cada uno de los cuatro conceptos de análisis utilizados para medir la calidad de este servicio.

Tabla 2.2. Valoración media de cada aspecto por parte de los usuarios de cada segmento

Atributos	Segmentos			
	Muy insatisfechos	Satisfechos sin agilidad	Valoración de riesgo	Muy satisfechos
Claridad	1,15	8,16	5,61	9,55
Sencillez	1,94	6,93	5,44	8,98
Agilidad	0,51	5,07	2,17	8,46
Atención	1,26	8,01	4,77	9,51
% de usuarios	12,0%	30,5%	15,9%	41,6%
Base	(176)	(432)	(219)	(591)

Por tanto, los segmentos de usuarios detectados en función de la percepción de calidad de los servicios de AESA se caracterizan por las siguientes valoraciones en los distintos aspectos:

F-DEA-CDO-10.3.0

➔ **Altamente satisfechos.** El grupo de mayor dimensión, en el que se agrupan cuatro de cada diez usuarios (41,6%) aporta una valoración media muy elevada en cada uno de los cuatro conceptos, especialmente en la claridad de la gestión y la atención recibida desde AESA. Por tanto, **el segmento de usuarios más importante (41,6%) se muestran “altamente satisfechos” otorgando notas superiores a 8 sobre 10 en todas las dimensiones.**

- ➔ **Satisfechos, pero sin agilidad.** Tres de cada diez usuarios de la Agencia en 2020 (el 30,5%) forman este segmento que ofrece valoraciones bastante positivas en claridad de la gestión y atención recibida por el personal de AESA (8,16 y 8,01, respectivamente), y también favorable en la sencillez del proceso, aunque moderada en lo referente a la agilidad del proceso (5,07).
- ➔ **Valoración de riesgo.** El 15,9% de los usuarios que acudieron a la Agencia en 2020 en defensa de sus derechos como pasajeros, aportan una valoración media moderada respecto a la claridad de la gestión (5,61) y la sencillez del proceso (5,44), mientras muestran un cierto descontento con la atención recibida (4,77) y una clara insatisfacción con la agilidad del proceso (2,17).
- ➔ **Muy insatisfechos.** Y, aproximadamente, uno de cada ocho usuarios (el 12,0%) aporta valoraciones muy negativas en cada uno de los cuatro conceptos utilizados para medir la calidad de los servicios de atención a los pasajeros de AESA.

En este año 2020, y en consonancia con los resultados anteriores de valoración positiva pero más moderada que en 2019, se detecta un menor volumen de usuarios en el grupo de muy satisfechos, mientras que se incrementa el de los satisfechos, pero no conformes con la agilidad del proceso.

**Tabla 2.3. Evolución de la dimensión (porcentaje de usuarios sobre el total) de cada segmento (2018, 2019, 2020)**

Año	Segmentos				Total
	Muy insatisfechos	Valoración de riesgo	Satisfechos sin agilidad	Muy satisfechos	
Año 2018	16,9%	17,4%	28,9%	36,7%	100,0%
Año 2019	10,0%	14,9%	19,4%	55,7%	100,0%
Año 2020	12,0%	15,9%	30,5%	41,6%	100,0%

No obstante, con respecto a 2018, el porcentaje de usuarios en estos grupos de satisfechos es más elevado en la actualidad. Incluso, la suma de ambos (72,1%) es muy similar a la de 2019 (75,1%).

Por tanto, la moderación en la valoración de AESA en estos indicadores se produce principalmente entre los segmentos de satisfechos, mientras que se mantiene en dimensión similar la proporción de los usuarios que valoran negativamente a la Agencia en estos indicadores.

Avanzando en el análisis de esta valoración global de AESA en la calidad de la prestación de sus servicios a los pasajeros de vuelos comerciales, a continuación establecemos una valoración general de calidad, tratando conjuntamente las valoraciones de los cuatro atributos de análisis y estableciendo el valor medio aritmético de calidad general, sumando los valores medios de los cuatro atributos y dividiéndolos entre 4.

Considerando desde una óptica cualitativa que cada uno de estos cuatro atributos tiene la misma importancia que los demás en la determinación de la calidad del servicio, no se establece ponderación alguna por atributo en esta valoración general.

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 6,82 puntos en la escala de valores de 0 a 10.

Esta valoración es inferior a la detectada en 2019 (7,44), pero superior a la de 2018 (6,51) y, sobre todo, a la obtenida al comienzo de la serie (5,80 en 2012), aunque algo inferior a la que se obtuvo en 2014 (7,01).

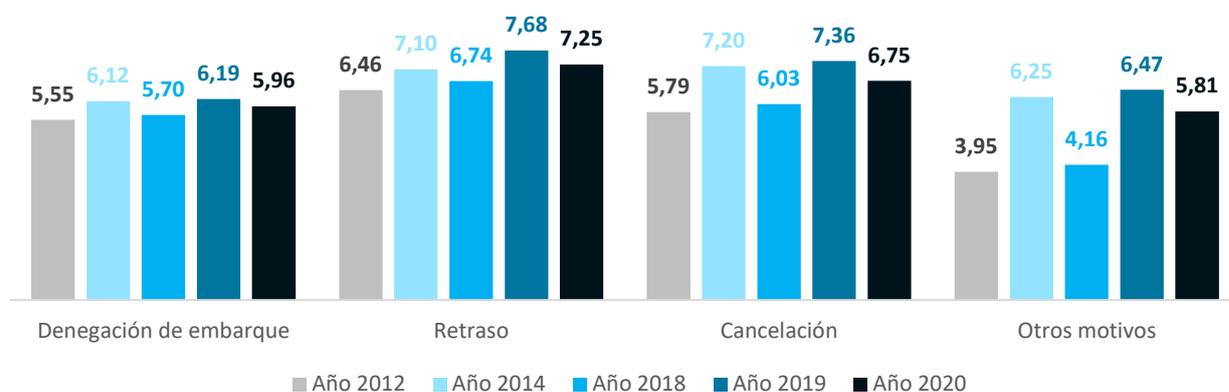
La situación creada por la pandemia parece que incrementa este ligero descenso de la valoración general de la calidad con respecto al año anterior, ya que en las reclamaciones relacionadas con la covid-19 se obtiene una valoración general media (6,72), inferior a la de aquellas reclamaciones no relacionadas con COVID (7,06), tal y como reflejan los resultados del siguiente gráfico.

**Gráfico 2.4. Calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA a los pasajeros, según el motivo de reclamación por el que acudieron a la Agencia**



La evolución de esta valoración general de los servicios de AESA por tipo de reclamación refleja cómo en la actualidad se obtienen valores inferiores a los del año anterior, aunque superiores a los de 2018.

**Gráfico 2.5. Evolución de la calidad general media (escala de 0 a 10) del servicio de AESA a los pasajeros, según el motivo de reclamación por el que acudieron a la Agencia. (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**



La calidad percibida en las reclamaciones por retraso, pese a la caída con respecto a 2019, mantienen un nivel superior al obtenido en los años anteriores.

Los otros motivos de reclamación, por su parte, aportan una valoración de la calidad superior a la de 2018 y 2012, pero ligeramente inferior a la de 2014.

## 2.2 CUMPLIMIENTO DE LAS EXPECTATIVAS

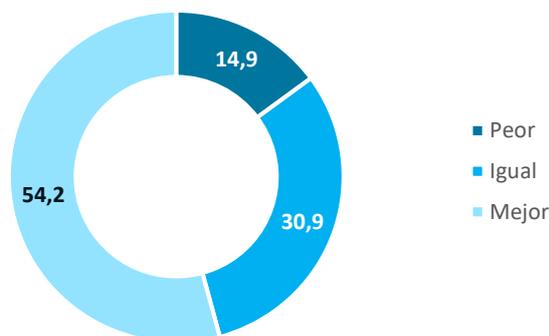
Continuando con la medición de la calidad de los servicios de AESA, en este apartado se analiza el grado de cumplimiento de la Agencia con las expectativas de sus usuarios en cada uno de los atributos anteriores (claridad, sencillez, agilidad y atención), así como su evolución desde 2014.

### 2.2.1. CLARIDAD DEL PROCESO DE RECLAMACIÓN

Comenzando con el primer concepto sobre la claridad con que AESA gestiona las reclamaciones de los pasajeros, más de la mitad de ellos (el 54,2%) aseguran que esta claridad fue mejor de lo que en un principio, al acudir a la Agencia, se esperaban. Por el contrario, el 14,9% perciben que la claridad con que la Agencia gestionó su reclamación fue peor de lo que inicialmente 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 3,6 usuarios que aseguran que, en su caso, fue mejor.

**Gráfico 2.6. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (n=1.748)**



Estos resultados positivos están en la línea de las valoraciones anteriores, de manera que los datos actuales reflejan una situación menos favorable que el año 2019, pero mejor que la de años anteriores.

**Tabla 2.4. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la claridad del proceso de reclamación (2014, 2018, 2019 y 2020)**

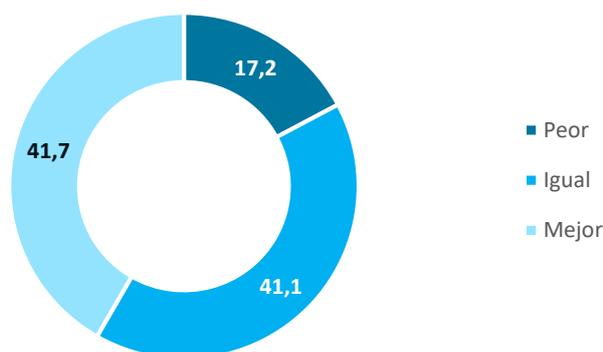
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020
Peor	16,8	22,6	11,3	14,9
Igual	36,6	27,4	28,6	30,9
Mejor	46,6	50,0	60,1	54,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(384)	(470)	(1.491)	(1.748)

Por tanto, en este año, se consolida la percepción de los usuarios de AESA de que la claridad del proceso de reclamación es mejor de lo esperado.

## 2.2.2. SENCILLEZ DEL PROCESO DE RECLAMACIÓN

En cuanto a la sencillez del proceso de reclamación, cuatro de cada diez usuarios perciben que es más sencillo de lo esperado y otros tantos opinan que se corresponde con lo que inicialmente esperaban. En cambio, un minoritario 17,2% percibe un proceso menos sencillo de lo que esperaban al comenzar su reclamación con AESA.

**Gráfico 2.7. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (n=1.744)**



Por cada usuario que no ve cumplidas sus expectativas en cuanto a sencillez del proceso, hay 2,4 que las ven superadas y otros tanto que las ven cumplidas.

Estos resultados son bastante similares a los obtenidos en el año anterior, aunque se incrementa ligeramente el porcentaje de los que lo perciben peor, en detrimento de los que tienen una percepción más favorable.

**Tabla 2.5. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la sencillez del proceso de reclamación (2014, 2018, 2019 y 2020)**

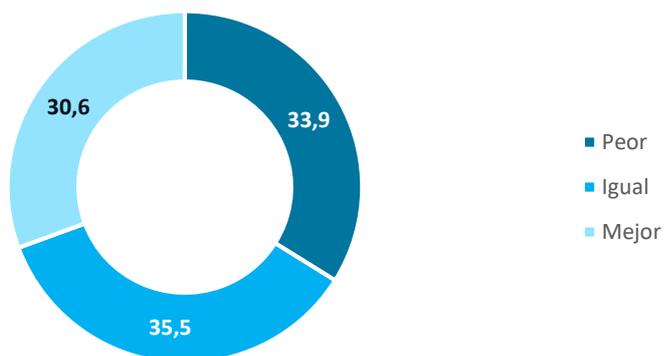
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020
Peor	18,1	22,5	12,0	17,2
Igual	45,3	36,2	41,0	41,1
Mejor	36,6	41,3	47,0	41,7
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(384)	(470)	(1.507)	(1.744)

Sin embargo, los resultados actuales son mejores a los obtenidos en los años 2014 y 2018.

### 2.2.3. AGILIDAD DEL PROCESO DE RECLAMACIÓN

El concepto de agilidad del proceso, como viene sucediendo en todos los estudios de la serie, es el que se valora de un modo menos favorable por parte de los usuarios. De este modo, el porcentaje de usuarios que perciben que el proceso ha sido menos ágil de lo esperado (33,9%), es mayor que el de aquellos que consideran que ha superado sus expectativas (30,6%).

**Gráfico 2.8. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (n=1.723)**



Tal y como demuestran los resultados de este gráfico, los usuarios se distribuyen casi a partes iguales entre los que ven cumplidas sus expectativas en cuanto a agilidad del proceso, los que no las ven cumplidas, y los que las superan.

Con respecto a años anteriores, y tras la mejora de los datos en 2019, se retorna a resultados de 2018.

**Tabla 2.6. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la agilidad del proceso de reclamación (2014, 2018, 2019 y 2020)**

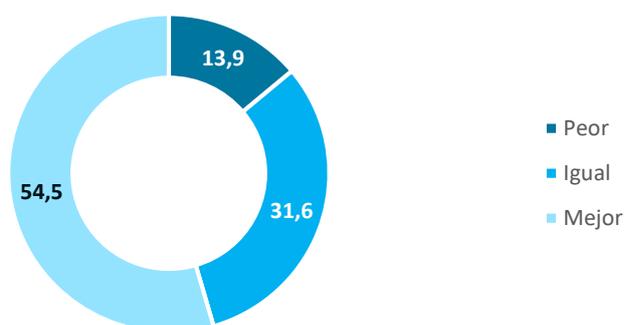
Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020
Peor	30,9	35,7	25,2	33,9
Igual	38,6	33,5	35,5	35,5
Mejor	30,4	30,8	39,3	30,6
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(384)	(471)	(1.508)	(1.723)

Se detecta, no obstante, una cierta estabilidad en los resultados de este indicador a lo largo de la serie.

## 2.2.4. ATENCIÓN DEL PERSONAL DE AESA

Por último, y en general, la atención recibida del personal de AESA supera las expectativas iniciales de los usuarios de la Agencia, tal y como reflejan los resultados del siguiente gráfico.

**Gráfico 2.9. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (n=1.499)**



Más de la mitad de los usuarios (54,5%) valoran una atención mejor de la esperada, que junto al 31,6% que afirma que sus expectativas a este respecto se vieron cumplidas nos indican que la atención en AESA fue mejor o igual a lo esperado para el 86,1% de los usuarios. Sólo un 13,9% cree que el trato recibido por el personal de AESA fue peor de lo que inicialmente esperaban. De este modo, por cada usuario que considera que la atención recibida de parte del personal de AESA fue peor de la esperada en un principio, hay 3,9 usuarios que consideran que AESA cumplió mejor de lo esperado en este aspecto con sus expectativas iniciales.

**Tabla 2.7. Distribución de los usuarios según el cumplimiento de sus expectativas respecto a la atención recibida por parte del personal de AESA (2014, 2018, 2019 y 2020)**

Cumplimiento de las expectativas	2014	2018	2019	2020
Peor	10,9	18,5	9,3	13,9
Igual	38,0	30,6	28,9	31,6
Mejor	51,1	50,9	61,8	54,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0
Base	(357)	(430)	(1.315)	(1.499)

Aunque los resultados actuales se moderan respecto a los de 2019, el cumplimiento de las expectativas en cuanto a la atención de AESA es bastante favorable en la actualidad, superando incluso a los resultados de los estudios anteriores a 2019.

### 2.2.5. NET EXPECTATION SCORE

En general, y como acabamos de comprobar, la Agencia supera las expectativas de los usuarios en los conceptos analizados, aunque en menor medida en cuanto a la agilidad del proceso.

Para concluir el análisis del cumplimiento de las expectativas de los usuarios de AESA, analizamos el indicador NES (Net Expectation Score) en cada uno de los cuatro conceptos analizados. Este indicador es 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.

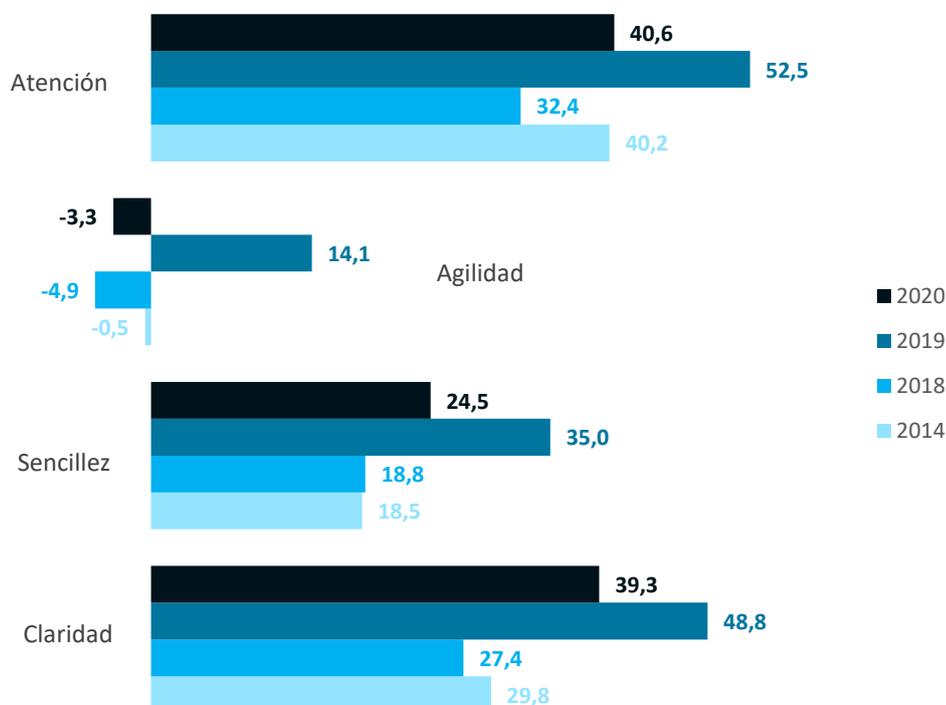
Y los resultados obtenidos en este indicador para cada uno de los cuatro conceptos de análisis son los siguientes:

	Claridad de la gestión	39,3
	Sencillez del proceso	24,5
	Agilidad del proceso	-3,3
	Atención del personal	40,6

Salvo la agilidad del proceso, los índices NES son muy favorables en los demás conceptos, especialmente en atención del personal y en la claridad de la gestión.

Recurrimos precisamente a este indicador para comprobar la evolución, desde 2014 hasta la actualidad, de la satisfacción de las expectativas de los usuarios de la Agencia con respecto a cada uno de los cuatro conceptos de análisis.

**Gráfico 2.5. Indicador NES de cumplimiento de expectativas de AESA. 2014, 2018, 2019 y 2020.**



F-DEA-CDO-10 3.0

Sin llegar a los niveles de 2019, en la actualidad se obtienen unos valores del indicador NES superiores a los de años anteriores a 2019, lo que confirma la estabilidad de la mejora de AESA en el cumplimiento de las expectativas de los usuarios con respecto a los primeros años de la serie.

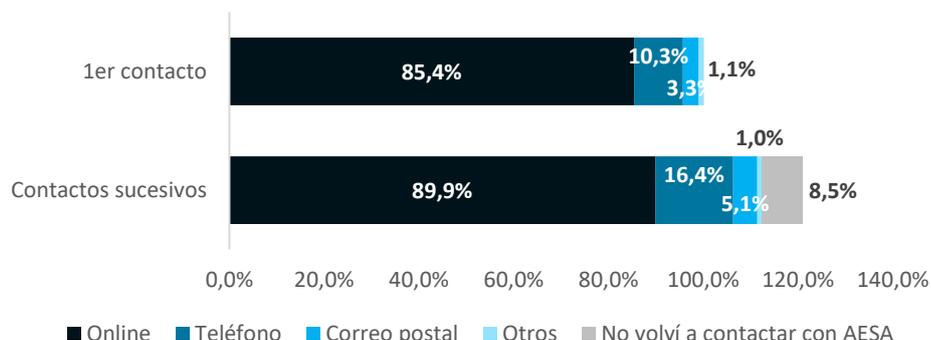
### 3. USO Y VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO CON AESA

En este tercer capítulo se analiza la adaptación de los distintos medios de contacto con AESA a la gestión de las reclamaciones. Para ello, en primer lugar se analiza la intensidad de uso cada uno de esos medios y, en segundo lugar, su valoración, siempre desde la perspectiva de los usuarios que los utilizaron, respecto a los conceptos de rapidez de contacto con la Agencia, utilidad para conocer el estado de la reclamación y claridad de la respuesta de AESA en el proceso.

#### 3.1 USO DE MEDIOS DE CONTACTO CON AESA

Comenzando por la utilización de los distintos medios de contacto, la vía online se consolida como la base de los contactos con la Agencia, tanto en el primer contacto para presentar la reclamación, como en contactos sucesivos.

**Gráfico 3.1. Porcentaje de usuarios que utilizó cada medio, tanto en su primer contacto, como en contactos sucesivos con AESA (n=1.658)**



**Nueve de cada diez usuarios (el 89,9%) utilizaron la vía online para contactar con AESA.** La gran mayoría de ellos (85,4%) utilizaron este medio en el primer contacto.

Un 8,5% de los usuarios, sólo llegó a contactar una vez con la Agencia.

El teléfono puede ser considerado como el principal medio de apoyo a la vía online para sucesivos contactos, pero nunca tratado como medio sustitutivo, ya que la vía online sigue siendo la mayoritaria. De hecho, el correo postal u otras vías (principalmente a través de intermediarios como abogados, oficinas o asociaciones de consumo) son medios utilizados por proporciones minoritarias de usuarios, tanto en el primer contacto, como en sucesivos.

En general, el contacto vía online es el principal medio de contacto, incluso para aquellos que utilizaron otros medios en su primer contacto con AESA.

**Tabla 3.1. 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	90,6%	82,9%	55,6%	46,2%
Teléfono	15,7%	35,3%	5,6%	23,1%
Correo postal	2,9%	14,1%	48,1%	15,4%
Otros medios	0,9%	0,0%	9,3%	23,1%
Total	110,1%	132,4%	118,5%	107,7%

F-DEA-CDO-10 3.0

Incluso, entre los usuarios que utilizaron otra vía distinta al medio online en el primer contacto con la Agencia, en sucesivos contactos utilizan mayoritariamente el medio online como vía de comunicación con AESA:

- el 90,6% de los usuarios que contactaron por primera vez con la Agencia a través de medios online, utilizaron este mismo medio para contactos posteriores;
- el 82,9% de los que contactaron por primera vez con AESA a través el teléfono, en contactos posteriores utilizaron el medio online, mientras que otro 35,6% volvió a utilizar el teléfono;
- entre los que usaron el correo postal en el primer contacto con la Agencia, son también más los que en contactos posteriores utilizaron medios online (55,6%), que los que volvieron a utilizar el correo postal (48,1%);
- y entre los que contactaron por primera vez con AESA a través de otros medios, el 46,2% de ellos utilizó medios online para contactos posteriores.

Estos datos, en su conjunto, reflejan que cada usuario que acudió a la Agencia utilizó una media de 1,12 medios diferentes para contactar en algún momento. Este uso de un mayor número de medios utilizados es especialmente alto entre los que utilizan el teléfono como vía de primer contacto (1,32) y más bajo entre los que contactan desde el primer momento a través de medios online (1,10), lo que supone una mayor fidelidad de estos últimos a este medio.

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:

**Tabla 3.2. Porcentaje de usuarios que utilizaron cada medio para contactar con AESA. (2014, 2018, 2019 y 2020)**

Medio de contacto	2014	2018	2019	2020
Online	40,1	89,4	88,8	89,9
Teléfono	26,4	16,4	17,1	16,4
Correo postal	73,3	9,1	4,7	5,1
Otras vías	--	5,1	2,6	1,1
Total	139,8	120,0	113,3	112,6
Base	(382)	(451)	(1.529)	(1.658)

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. Esta tendencia se consolida en los años 2019 y 2020 con, incluso, una menor dispersión del uso de otros medios distintos al online.

### 3.2 VALORACIÓN DE LOS DISTINTOS MEDIOS DE CONTACTO

Una vez segmentados los usuarios de la Agencia que utilizaron cada medio para contactar, les solicitamos que valoraran la utilidad de todos los 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.

F-DEA-CDO-10 3.0

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

Gráfico 3.3. Utilidad media (escala de 0 a 10) aportada por cada medio en cada concepto



Los usuarios valoran bastante mejor los medios online y telefónico, que el correo postal u otras vías en estos tres conceptos. El medio online se adapta mejor para la claridad en la respuesta, mientras que el teléfono se percibe como un medio más adecuado para recibir una respuesta ágil y contactar con rapidez.

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

Tabla 3.3. Evolución de la utilidad media de cada medio en cada concepto. (2014 – 2018)

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
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
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

El teléfono es el medio considerado más adecuado por los usuarios para agilizar su contacto con AESA. También tiene fuerza para conocer la claridad de la respuesta, aunque se valora mejor el medio online para este cometido.

En cuanto a la utilidad para conocer el estado de la reclamación, al comienzo de la serie se valoraba mejor el teléfono como medio de contacto, mientras que en los dos últimos años la vía online es ligeramente mejor valorada que el teléfono.

Por su parte, la utilidad percibida por los usuarios del correo postal para estos asuntos es claramente inferior a la del teléfono y la vía online.

F-DEA-CDO-10-3.0

## 4. VALORACIÓN DE LA RESOLUCIÓN DE AESA

Comenzamos en este capítulo a medir la satisfacción con AESA, analizando en primer lugar la eficacia percibida de AESA por parte de los usuarios de la Agencia a través de la valoración que aportan de la resolución propuesta por AESA. Además, se profundiza en este aspecto, abordando el grado de cumplimiento de las compañías con esa propuesta y la utilidad de la resolución para los usuarios, ante una eventual reclamación ante otras instancias.

### 4.1 ACUERDO CON LA RESOLUCIÓN DE AESA

El grado de acuerdo de los usuarios de AESA con la resolución propuesta por la propia Agencia a la reclamación se mide en una escala de valores entre 0 (nada de acuerdo) y 10 (completamente de acuerdo). La siguiente tabla recoge los resultados de la encuesta a este respecto:

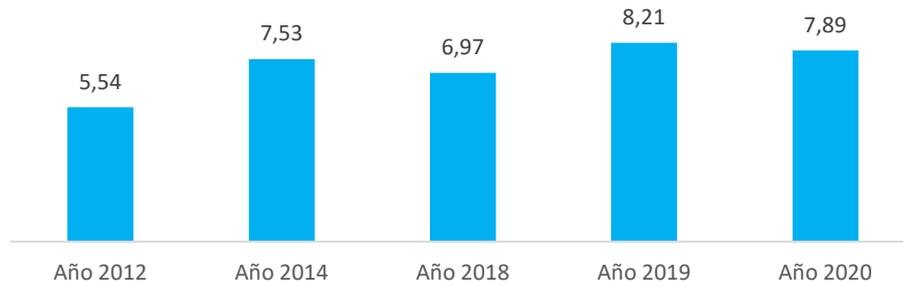
Tabla 4.1. Grado de acuerdo de los usuarios con la propuesta de AESA a sus reclamaciones

Valor	% de usuarios
0. Total desacuerdo	12,5
1	1,0
2	1,0
3	1,5
4	1,0
5	2,9
6	1,7
7	3,8
8	6,0
9	6,7
10. Completo acuerdo	61,9
Total	100,0
Base	(1.595)
Valor medio	7,89

Más de seis de cada diez usuarios (el 61,8%) muestran un acuerdo máximo con la resolución propuesta por AESA a la reclamación planteada. Si bien es cierto que uno de cada ocho (el 12,5%) muestran un completo rechazo, la relación entre ambos grupos es de casi cinco absolutamente conformes, por cada usuario absolutamente disconforme con la propuesta de AESA.

Estos datos aportan un **grado medio de acuerdo bastante favorable de 7,89 puntos en la escala de valores de 0 a 10**. Recurrimos a este valor medio para comprobar la evolución en el tiempo de este acuerdo de los usuarios con las resoluciones que propone AESA a sus reclamaciones.

**Gráfico 4.1. Evolución del grado de acuerdo (escala de 0-nada de acuerdo- a 10 –totalmente de acuerdo-) con la resolución propuesta por AESA (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**



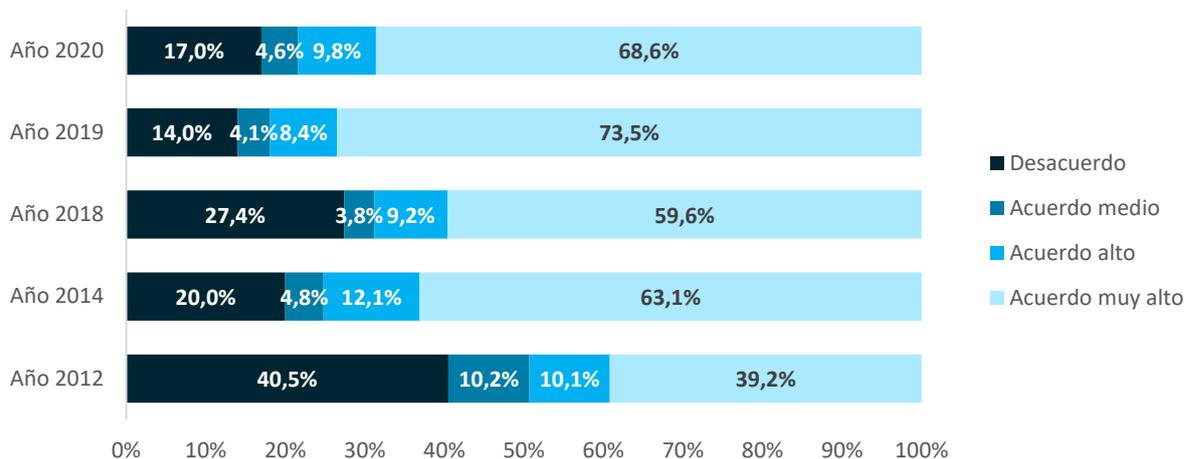
Aunque el grado de acuerdo medio baja ligeramente con respecto al año anterior, se mantiene en un nivel muy alto y claramente por encima del resto de los años anteriores de la serie de estudios realizados, por lo que podemos hablar de una estabilidad en el alto acuerdo de los usuarios con las resoluciones propuestas por AESA ante sus reclamaciones.

Esta estabilidad se sustenta tanto en el alto porcentaje de usuarios que muestran el mayor grado de acuerdo con la resolución propuesta por 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 medio
Valores 7 y 8	Acuerdo alto
Valores 9 y 10	Muy alto acuerdo

El siguiente gráfico refleja este hecho:

**Gráfico 4.2. Porcentaje de usuarios según su grado de acuerdo con la propuesta de AESA (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**



En la actualidad, un 17% se muestra en desacuerdo con la resolución que plantea AESA a la reclamación, ligeramente por encima del dato de 2019 (14%), aunque inferior a los obtenidos en los años anteriores.

Por su parte, la proporción de los que muestran un mayor grado de acuerdo se consolida en torno al 70% de los usuarios de la Agencia.

## 4.2 CUMPLIMIENTO DE LAS COMPAÑÍAS CON LA PROPUESTA DE AESA

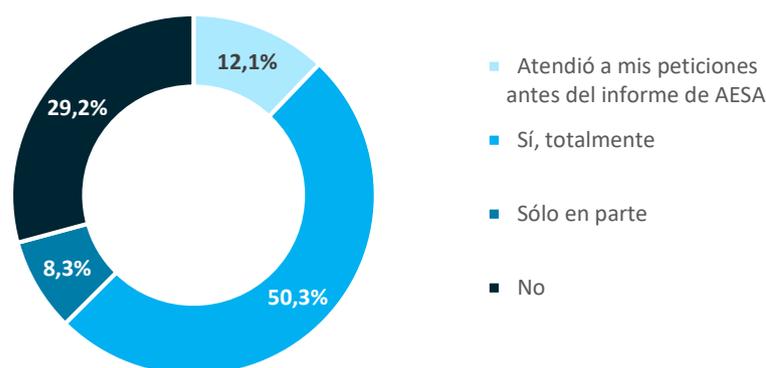
Después de comprobar que los pasajeros de vuelos comerciales que recurren a AESA en defensa de sus derechos muestran un alto grado de acuerdo con las resoluciones propuestas por la Agencia, seguidamente analizamos la medida en que las compañías finalmente cumplen con esta resolución.

Según los resultados de la encuesta, lo manifestado por los usuarios **las compañías**, en mayor o menor grado, **han cumplido en su mayoría con las resoluciones propuestas por la Agencia, habiendo dado satisfacción total o parcialmente a las peticiones del pasajero en un 70,8%**. Incluso en el 12,1% de las ocasiones, estas compañías se adelantan a la resolución de AESA, atendiendo las peticiones del usuario antes de que reciban el informe de la Agencia.

Pese a este buen dato, aún hay un 29% de casos en los que se asegura que las compañías no atienden a las resoluciones de AESA.

El siguiente gráfico recoge los resultados a este respecto.

Gráfico 4.3. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA? (n=1.570)



Se incrementa significativamente, con respecto al año anterior, el porcentaje de casos en los que la compañía atiende las peticiones del usuario antes de que AESA emita su resolución, pasando del 7,5% en 2019, al reciente 12,1% del año 2020.

Gráfico 4.4. Evolución del porcentaje de casos en el periodo 2019-20, en los que la compañía atiende a las peticiones del usuario antes del informe de AESA



Al margen de estos casos, y considerando exclusivamente a aquellos en los que se utilizó el informe de AESA para la reclamación ante la compañía, estudiamos la evolución de los casos en los que la compañía asume las resoluciones propuestas por AESA.

Tabla 4.2. Grado de cumplimiento de la compañía con la propuesta de AESA (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)

Grado de cumplimiento de la compañía con la propuesta de AESA	Año 2012	Año 2014	Año 2018	Año 2019	Año 2020
Sí, totalmente	38,2	50,6	53,0	60,6	57,2
Sólo en parte	9,8	5,9	8,9	7,4	9,4

F-DEA-CDO-10 3.0

No	52,1	43,5	38,1	32,0	33,2
Total	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Base (n)	(317)	(391)	(445)	(1.399)	(1.380)

Aunque en la actualidad se detecta un ligero descenso del cumplimiento de las compañías con la resolución de AESA con respecto a los resultados de 2019, podemos hablar de una consolidación de la mejora continua detectada en años anteriores, situándose los casos no resueltos en un tercio de los que se realizan, cuando en 2012, superaban la mitad de ellos.

**Gráfico 4.5. ¿Cumplió la compañía con la propuesta de AESA?, según motivo de la reclamación**



En cuanto al tipo de reclamación, las compañías cumplen en mayor medida con la resolución propuesta por AESA en los casos de retrasos de los vuelos, mientras que el no cumplimiento es mayoritario en los casos de reclamación por denegación de embarque.

#### 4.3 ALTERNATIVAS A LA NEGATIVA DE LAS COMPAÑÍAS Y UTILIDAD DE LA RESOLUCIÓN

En aquellos casos en que la compañía no cumple con la resolución de AESA, una parte importante de los usuarios que se encuentran en esta situación (el 48,8%, casi la mitad de ellos) no suelen tomar medidas alternativas para la resolución de su reclamación. Entre los que sí, un 23,6% acude a un juzgado y el 27,6% restante toma otro tipo de medidas.

**Tabla 4.3. Ante la negativa de la compañía a atender la resolución de AESA o sus peticiones, ¿ha adoptado usted algún tipo de medidas? (2012, 2014, 2018, 2019 y 2020)**

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

F-DEA-CDO-10.3.0

Con respecto a años anteriores, se incrementa, quizás por la situación de confinamiento provocado por la pandemia de la covid-19, el porcentaje de estos usuarios que no han tomado medidas alternativas, regresando a los niveles de 2012. Y, en consecuencia, y dado que se mantiene el porcentaje de los que han

tomado otras medidas, se reduce el de los usuarios que acudieron a un juzgado ante la negativa de la compañía a cumplir con la resolución de AESA, o atender sus peticiones.

Podemos estimar que estos últimos usuarios que acudieron a un juzgado son, aproximadamente, unos 4.050 usuarios, lo que supone el 8,7% de los pasajeros que acudieron a AESA para defender sus derechos en el transcurso del año 2020. De ellos, seis de cada diez (el 59,3%) se encuentra en fase de espera a que salga el juicio, lo que supone que unos 1.650 usuarios utilizaron la propuesta de AESA en el juicio con la compañía.

Pese a que la base muestral de estos casos (apenas 44 casos) no permite una representatividad estadística válida, los resultados aportan una tendencia clara de utilidad de las resoluciones que propone la Agencia en los juzgados:

- ➔ al 42,5%, esta resolución le sirvió de mucho;
- ➔ el 11,5% asegura que le sirvió bastante;
- ➔ un 6,9% afirma que le resultó de poca utilidad
- ➔ y el restante 29,0% asegura que no le sirvió de nada.

Por tanto, y con las consideraciones efectuadas acerca de la representatividad estadística de estos resultados, podemos afirmar que las resoluciones propuestas por AESA tienen una alta utilidad para más de la mitad de los usuarios que acuden a un juzgado porque la compañía no ha atendido a sus peticiones. Así, **cuando la compañía no satisfizo la resolución de AESA, al 54% de los pasajeros que finalmente optaron por acudir al juzgado, el informe de AESA les resultó de bastante o mucha utilidad en sede judicial.**

## 5. GRADO DE SATISFACCIÓN GENERAL CON AESA

El último apartado del estudio se centra en el análisis de la satisfacción general de los usuarios con los servicios de AESA a través de distintos indicadores referentes a la experiencia en el proceso de reclamación: la propia satisfacción general, la percepción de la protección que aporta AESA a los pasajeros y el nivel de recomendación de la Agencia para casos similares a los que llevaron a los usuarios a acudir a la Agencia.

### 5.1 GRADO DE SATISFACCIÓN CON AESA

Los usuarios aportan el siguiente grado de satisfacción en una escala de valores de 0 (ninguna satisfacción) a 10 (completa satisfacción):

Tabla 5.1. Grado de satisfacción general de los usuarios con AESA (n=1.541)

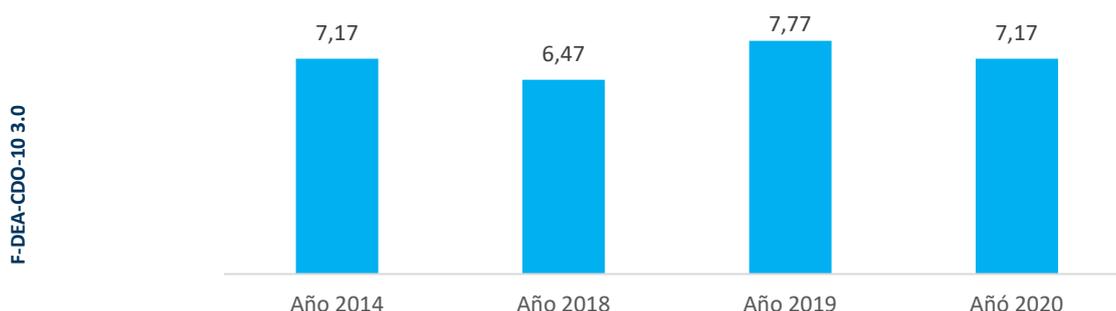
Valor	% de usuarios
0. Absoluta insatisfacción	12,3%
1	2,7%
2	2,1%
3	1,7%
4	2,2%
5	4,1%
6	3,9%
7	6,8%
8	12,0%
9	12,3%
10. Completa satisfacción	40,0%
Total	100,0%
Base	(1.448)
Grado medio de satisfacción	7,19

Cuatro de cada diez usuarios que recurrieron a la Agencia durante 2020 (el 40,0%) muestran un grado de satisfacción máximo con los servicios recibidos. Además, otro 12,3% se posiciona en el valor 9 de la escala, lo que representa que más de la mitad de los usuarios se muestran muy satisfechos con el servicio prestado por AESA. Así, **el 64,3 % de los pasajeros usuarios del servicio de reclamaciones valora su satisfacción con el trabajo de AESA en la protección de sus derechos con una nota igual o superior a 8.**

En el polo opuesto, uno de cada ocho usuarios (el 12,3%) muestra un máximo nivel de insatisfacción (valor 0), a los que habría que añadir el 8,7% que, en mayor o menor medida, se muestra insatisfecho con el servicio prestado por AESA. Por tanto, uno de cada cinco usuarios se encuentra insatisfecho.

Así, el grado medio de satisfacción se sitúa en un valor de 7,17 puntos en la escala de 0 a 10, por debajo del obtenido el año anterior y al mismo nivel de 2014.

Gráfico 5.1. Grado medio de satisfacción (escala de 0 a 10) de los usuarios de AESA (2014, 2018, 2019 y 2020)



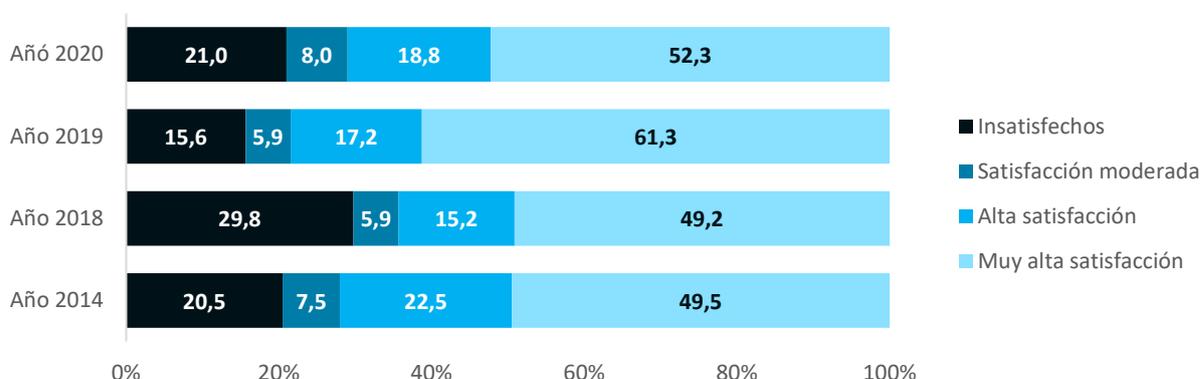
Tras el descenso experimentado en 2018 (6,47) con respecto a 2014 (7,17) y el posterior incremento de 2019 (7,77), se retorna al mismo registro de 2014, con un dato bastante positivo de 7,17 puntos en la escala de 0 a 10.

Para comprender 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	Satisfacción moderada
Valores 7 y 8	Alta satisfacción
Valores 9 y 10	Muy alta satisfacción

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

**Gráfico 5.2. Porcentaje de usuarios según su grado de satisfacción con de AESA (2014, 2018, 2019)**



El porcentaje de los muy satisfechos, en la actualidad, desciende con respecto a 2019, pero es superior a los porcentajes de este grupo detectados en 2014 y 2018. Por su parte, el grupo de los insatisfechos se incrementan este año con respecto al anterior, aunque es inferior al de 2018 y se sitúa en los niveles de 2014.

## 5.2 PERCEPCIÓN DE LA PROTECCIÓN DE AESA A LOS PASAJEROS

En línea con estos favorables resultados de satisfacción, los usuarios de AESA perciben, a partir de su experiencia, una alta protección de sus derechos por parte de la Agencia.

**Tabla 5.2. 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	13,2%
1	2,8%
2	2,3%
3	1,8%
4	2,2%
5	4,7%
6	2,8%
7	4,8%
<b>8</b>	<b>10,5%</b>
<b>9</b>	<b>10,2%</b>
<b>10. Absoluta protección</b>	<b>44,7%</b>
Total	100,0%

Base	(1.592)
Percepción media de protección	7,19

Así, el 44,7% de los usuarios encuestados tiene una percepción máxima de la defensa de sus derechos por parte de AESA. A ellos, se les suma el 10,2% que valora esta protección con un 9 en la escala de 0 a 10. Por el contrario, un 22,3 valora negativamente (por debajo del valor 5 de esa escala) a AESA en este aspecto.

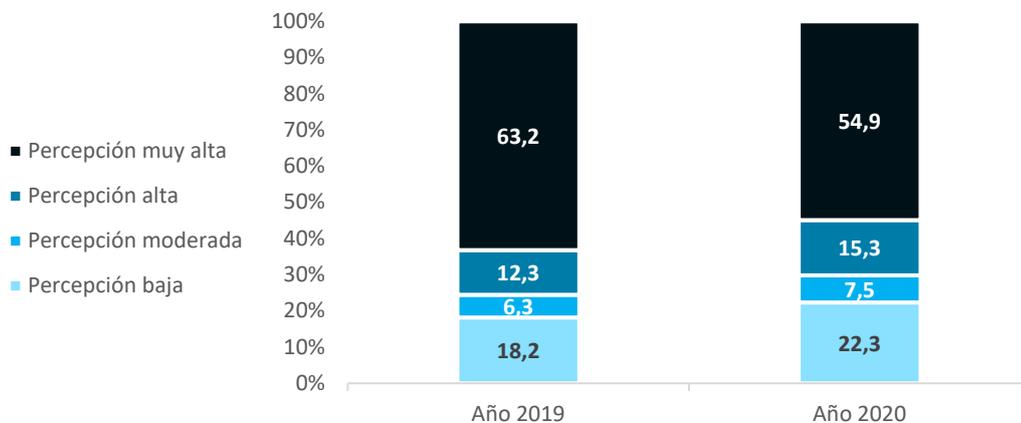
De este modo, por cada usuario que percibe que la Agencia no protege correctamente sus derechos, hay dos que valoran al máximo la labor de la Agencia en esta labor de defensa de los derechos de los pasajeros.

De este modo, la percepción media se sitúa en un valor favorable de 7,18 puntos, algo por debajo del registro obtenido para esta misma cuestión en 2020 (7,18).

De nuevo, acudimos a la agrupación de usuarios según valoración, para profundizar en la evolución de este indicador en 2020 con respecto a 2019.

Valores de 0 a 4	No perciben que AESA proteja los derechos de los pasajeros
Valores 5 y 6	Tienen una percepción moderada de que AESA defiende los derechos de los pasajeros
Valores 7 y 8	Tienen una alta percepción de que AESA defiende los derechos de los pasajeros
Valores 9 y 10	Tienen una percepción muy alta de que AESA defiende de los derechos de los pasajeros

**Gráfico 5.3. Porcentaje de usuarios según su grado de percepción de defensa de sus derechos por parte de AESA (2019, 2020)**



Aunque sigue siendo un grupo claramente mayoritario, los resultados reflejan cómo desciende la proporción de los usuarios que tienen una percepción muy alta de defensa de sus derechos por parte de AESA, pasando del 63,2% de 2019, al 54,9% de 2020. Además, se incrementa la del grupo de usuarios que no perciben que AESA proteja sus derechos en cuatro puntos porcentuales, pasando del 18,2% de 2019, al 22,3% actual.

### 5.3 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). El NPS es un indicador utilizado para medir el grado de lealtad del cliente o usuario y se obtiene de modo similar al Net Expectation Score (NES), utilizado al final del segundo apartado de este informe para medir la calidad percibida de los servicios de AESA, por parte de los propios usuarios de la Agencia.

F-DEA-CDO-10.3.0

En esta ocasión, el NPS se obtiene mediante agrupaciones de usuarios en función del nivel de recomendación de la Agencia que harían a otros usuarios, en una escala de 0 a 10, aunque antes de abordar este indicador, mostramos seguidamente los resultados globales a este respecto en dicha escala.

**Tabla 5.3. ¿Recomendaría AESA a otra persona con el mismo problema que usted tuvo?**

Valor	% de usuarios
0. No recomendaría nunca acudir a AESA	11,6%
1	2,3%
2	2,6%
3	1,7%
4	1,3%
5	4,1%
6	2,9%
7	3,2%
8	5,9%
9	6,6%
10. Recomendaría siempre acudir a AESA	58,0%
Total	100,0%
Base	(1.599)
Grado medio de recomendación	7,63

Cerca de seis de cada diez usuarios que acudieron a AESA en el transcurso del año 2020 (el 58%), recomendarían a otra persona con el mismo problema acudir a la AESA en defensa de sus derechos. En cambio, poco más de uno de cada diez (el 11,6%), no lo recomendaría en ningún caso. Estos resultados aportan un grado medio de recomendación bastante elevado de 7,63 puntos en la escala de valores de 0 a 10, ligeramente por debajo de los 8,06 puntos que se obtuvieron en 2019.

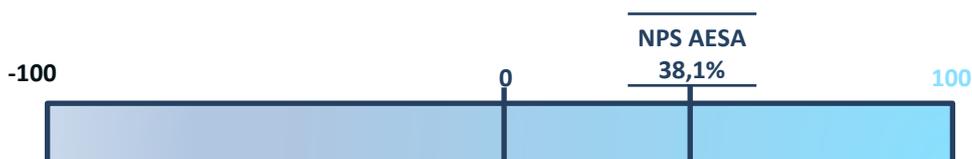
Una vez comprobada la distribución de los usuarios de AESA por la escala de recomendación, establecemos el índice NPS. Para ello, se agrupan los usuarios en función de su grado de recomendación de la Agencia en los tres siguientes segmentos:

- **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 26,5% 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 9,1% 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 64,6% 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 5.4. Índice NPS de AESA (n=1.599)**



F-DEA-CDO-10 3.0

AESA obtiene un muy favorable índice NPS de 38,1 puntos, superando así el valor considerado como excelente de 35 puntos, aunque por debajo del extraordinario 50,2 obtenido en 2019, cuando se detectó un 71,8% de promotores, por un 20,6% de detractores.

**ANEXO. 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, al tiempo que le recordamos que sus respuestas son absolutamente anónimas, confidenciales y que serán tratadas con fines exclusivamente estadísticos.*

**I. ACCESO Y CONTACTO CON AESA**

**1. Su reclamación ante AESA, ¿se produjo por algún incidente relacionado con la Covid-19?**

- 1. No, por ningún incidente relacionado con Covid-19
- 2. Sí, por un incidente relacionado con Covid-19

**2. ¿Por qué motivos acudió a los servicios de AESA durante el año 2020? Indique todos los que correspondan**

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

**3. ¿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 \_\_\_\_\_

**4. ¿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 \_\_\_\_\_

**5. 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:

**6. Rapidez de contacto con AESA**

**7. Información sobre el estado de la reclamación**

**8. 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.

**9-10. Claridad con que AESA gestionó la reclamación**

**11-12. La sencillez del proceso de reclamación**

**13-14. La agilidad del proceso**

**15-16. La atención recibida por parte del personal de AESA**

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

F-DEA-CDO-10 3.0

24. ¿Se muestra usted de acuerdo con la resolución propuesta por AESA a su reclamación? Valore entre 0 (total desacuerdo) y 10 (total acuerdo)
25. ¿Cumplió la compañía con el resultado del informe de AESA?
1. Sí, totalmente **Pasar a P28**
  2. Atendió a mis peticiones antes de que AESA emitiera el informe **Pasar a P28**
  3. Sólo en parte
  4. No
26. 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 P28**
  2. Sí, en un juzgado
  3. Sí, otra. Indique cuál \_\_\_\_\_
27. ¿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
28. 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?
29. 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)
30. ¿Recomendaría AESA a otra persona con le 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)
31. 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