

The logo for EMT, consisting of the letters 'EMT' in a bold, red, sans-serif font, positioned above a solid red horizontal bar.A series of white paper cutouts of human figures holding hands in a circle, arranged on a light-colored wooden surface. The figures are simple, stylized shapes with arms and legs extended to connect to the next figure.

Estudio de satisfacción de usuarios - Noviembre 2009 -



- ▶ **Estudio nº:** 8.292
- ▶ **Persona de contacto en GfK Emer Ad-Hoc Research**
- ▶ Antonio Durán Alamá e-mail: antonio.duran@gfk-emer.com
- ▶ Guillermo Burriel Martínez e-mail: guille.burriel@gfk-emer.com

The GfK logo, featuring the letters 'GfK' in white on an orange square background.**GfK Emer Ad Hoc Research**

INDICE

1. **Planteamiento**
2. **Objetivos del estudio**
3. **Metodología**
4. **Características de los usuarios**
5. **Valoración de las herramientas y servicios de EMT**
6. **Jerarquía de importancia**
7. **Valoración Global y por atributos**
8. **Análisis evolutivo de la satisfacción**
9. **Síntesis**
10. **Conclusiones**

1. Planteamiento

Planteamiento

4

- En el ciclo de la calidad de servicio un aspecto fundamental es la medición de la calidad percibida basada en la percepción de los usuarios. Como resultado se obtiene una medida global de la calidad.
- Por otro lado es práctica común en los estudios de medición de la calidad percibida realizar la toma de datos en el momento más próximo a la prestación del servicio, de forma que se tenga un recuerdo más reciente sobre los aspectos que conforman la calidad.
- Entre los años 1997 y 2004 la EMT realizó, con periodicidad anual, el estudio Barómetro del nivel de calidad percibida del servicio, en base a entrevistas personales a los usuarios a bordo de los autobuses.
- En el año 2004 el estudio se realizó en el mes de Junio.
- En Noviembre de 2005 **GfK** realizó un estudio de satisfacción de los clientes para EMT de los usuarios de las líneas nocturnas y de la línea 5.
- En Diciembre de 2006 fue cuando se realizó el **último estudio completo** de la medición de la satisfacción de los usuarios de la EMT.
- En el año 2008 (Febrero) **GfK** realizó otro estudio para la EMT, dicho estudio trataba sobre la calidad percibida en las **25 líneas certificadas** o en proceso de certificación (9 nocturnas y 16 diurnas) con un total de 3.543 encuestas realizadas.
- El presente informe actualiza el estudio completo de la satisfacción de los clientes para la EMT en el año 2009, medición realizada en Noviembre- Diciembre.

Planteamiento

5

 El Barómetro de medición del nivel de SATISFACCIÓN de los usuarios es:

- ✓ Un instrumento de medición periódica.
- ✓ Que permite aplicar las correcciones que se determinen aconsejables.
- ✓ Comprobando con posterioridad la eficacia de las mismas.
 - También es un instrumento que permite la implementación de objetivos de calidad para los distintos profesionales responsables de la calidad de cada uno de los servicios o líneas.
 - Es un instrumento además, objetivo, de relación constante con su clientela que contribuye a detectar los cambios en sus valoraciones, permitiéndole a la EMT adecuar su acción en la dirección de los cambios producidos (por ejemplo ante un cambio en un trayecto de una línea se puede en la oleada siguiente medir como repercute en la satisfacción de los viajeros).

2. Objetivos

Objetivos

- Jerarquía de importancia -

JERARQUÍA DE IMPORTANCIA

¿Qué relación de dependencia existe entre la valoración en cada uno de los 21 atributos y la Valoración Global que realizan de EMT?

Análisis estadísticos especiales:
Factorial + Regresión Múltiple + Lisrel

Obtención de Atributos
Fundamentales
en la Satisfacción del Cliente

Obtención de Atributos
con escasa incidencia
en la satisfacción del Cliente

Objetivos

- Calidad general EMT -

8

ISC EMT DICIEMBRE 2009

Obtenido como puntuación media obtenida por cada línea,
ponderada por el número de viajeros
transportados en cada línea

Por variables sociodemográficas:
Género, edad, nivel estudios,
ocupación, clase social, etc...

Por variables comportamentales:
Frecuencia de uso, nº de viajes por semana,
Motivo del viaje, tipo de billete, etc...

Objetivos

- Calidad por líneas EMT -

RANKING DE LÍNEAS

El motivo de realizar un número importante de encuestas se debe al interés de obtener valoraciones con significatividad estadística para cada una de las líneas de la EMT

Las entrevistas se distribuyen por días y franjas horarias.

LÍNEAS **MEJOR VALORADAS**
QUE LA MEDIA DE LA EMT

LÍNEAS **PEOR VALORADAS**
QUE LA MEDIA DE LA EMT

Objetivos

- Calidad por Atributos (21) -

10



Objetivos

11

OBJETIVO PRINCIPAL: Medir la **calidad del servicio de transporte** ofrecido por la E.M.T. Medición que se realizó mediante una encuesta abordando los aspectos más significativos que componen la calidad del servicio. Se establece una comparación con los índices obtenidos en estudios anteriores.

OTROS OBJETIVOS:

- ✓ Características sociodemográficas de los pasajeros: sexo y edad
- ✓ Elaboración de una jerarquización de las líneas de EMT en función de la valoración obtenida para cada una de ellas.
- ✓ Valoración de la evolución de EMT en los 2 últimos años
- ✓ Valoración y jerarquización de las novedades sobre las que EMT ha estado trabajando
- ✓ Títulos que gustaría que fueran incorporados por EMT
- ✓ Número de líneas EMT utilizadas normalmente y número de líneas conocidas
- ✓ Valoración de la línea utilizada y de EMT en general
- ✓ Conocimiento y jerarquización de las herramientas ofrecidas por EMT
- ✓ Valoración del servicio de información de tiempo en espera por SMS
- ✓ Conocimiento de la página WEB, así como su valoración y la frecuencia de visita

Objetivos

- Otras variables analizadas -

12

OTRAS VARIABLES ANALIZADAS EN EL ESTUDIO:

- ✓ N° de Línea de EMT
- ✓ Código de autobús (número de 4 cifras en frontal del autobús)
- ✓ Tipo de billete: Billete ordinario, Bono Bus, Bono Oro 2009, Bono transbordo BT, Abono transporte...
- ✓ Día de la semana y Franja horaria del viaje
- ✓ Frecuencia de uso de la EMT
- ✓ Número de viajes en EMT última semana (últimos 7 días naturales)
- ✓ Duración en minutos del viaje en autobús que está realizando
- ✓ Código postal donde reside (zonas de la Ciudad de Valencia y resto de la provincia)
- ✓ Nacionalidad (extranjero por observación)
- ✓ Nivel de Estudios finalizados
- ✓ Ocupación: trabaja, estudia, ama de casa, jubilado, parado, otros
- ✓ Motivo del viaje en autobús (Trabajo, estudios, compras, gestiones, médico...)
- ✓ Sexo y grupo de edad
- ✓ Clase social (se obtiene como combinación de estudios y ocupación)
- ✓ Realización del viaje con niños, con cuantos y la edad de los niños

Objetivos

- Factores de calidad -

13

- En esta página y las siguientes se detallan los "Factores de Calidad" y los 21 atributos de calidad medidos en el estudio.
- Los Factores de Calidad que se han obtenido del estudio han sido los 8 siguientes:
 - ✓ COMODIDAD A BORDO
 - ✓ INFRAESTRUCTURA DEL AUTOBÚS
 - ✓ COMPROMISO DE LA EMT
 - ✓ INFORMACIÓN A BORDO
 - ✓ CONDUCTOR
 - ✓ INSPECTOR
 - ✓ RIESGO A BORDO
 - ✓ INFORMACIÓN EN PUNTOS DE VENTA

Objetivos

- Los 21 atributos de calidad analizados -

14

 Los 21 atributos de calidad analizados en el estudio ha sido los siguientes:

1. Calidad del Autobús
2. Compromiso de la EMT con el medio ambiente
3. Accesibilidad al autobús
4. Información en las paradas
5. Información a bordo del vehículo (aviso de próxima parada)
6. Otra información a bordo del autobús (Adhesivos y avisos)
7. Información facilitada por el conductor del autobús
8. Información en los puntos de venta (estancos, Kioscos)
9. Puntualidad de paso (líneas nocturnas y líneas 15 y 26)
10. Frecuencia de paso (Cantidad de autobuses de la línea)
11. Regularidad de paso (Cumplimiento de la frecuencia establecida) (todas excepto nocturnas y líneas 15 y 26)
12. Atención y amabilidad por parte del conductor del autobús
13. Información facilitada por los inspectores
14. Limpieza interior y exterior del autobús

Objetivos

- Los 21 atributos de calidad analizados -

15

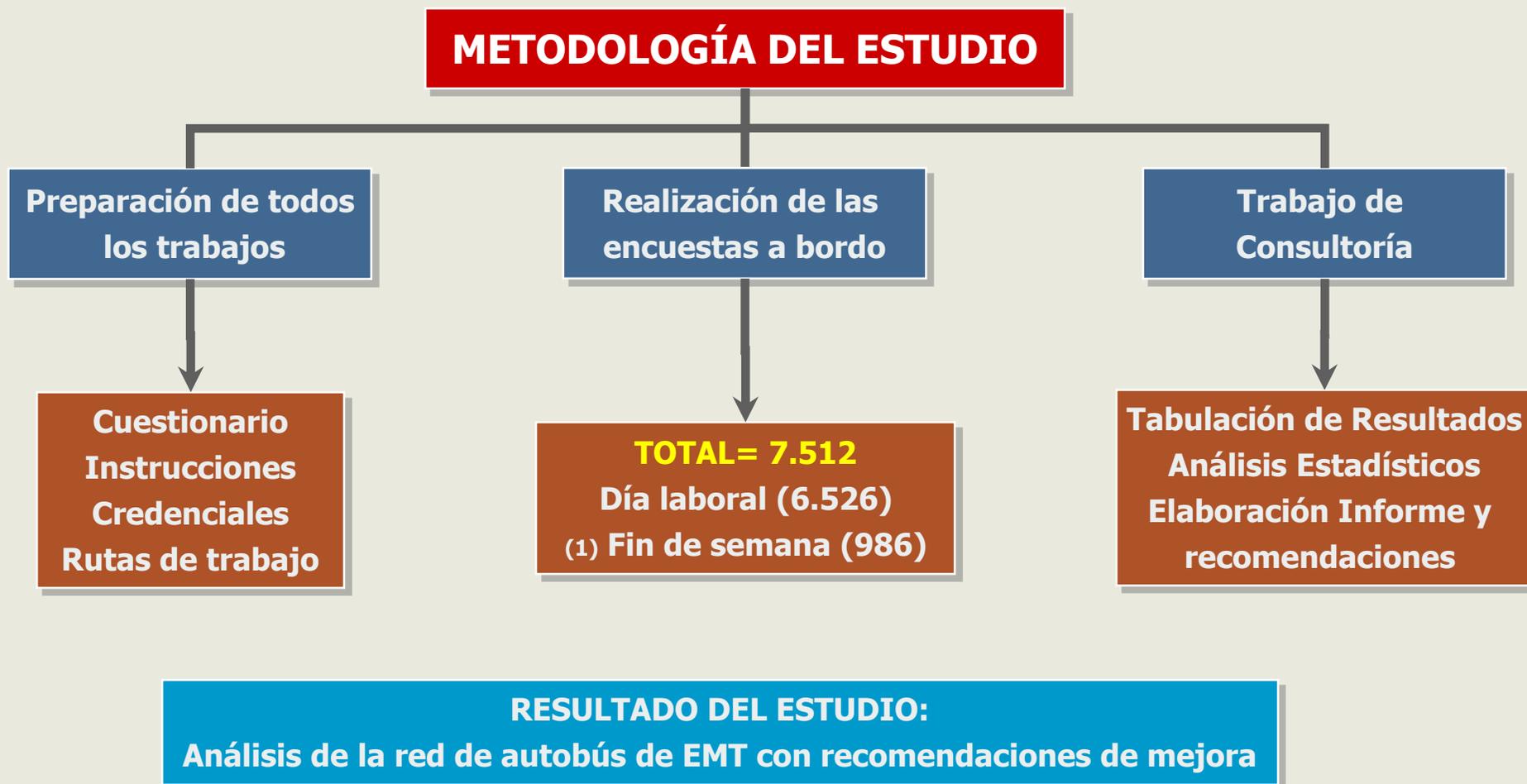
15. Ausencia de anomalías en la línea (averías mecánicas, accidentes, desviaciones de líneas, cortes de tráfico)
16. Sensación de seguridad durante el viaje en el autobús (en relación con el vehículo no de seguridad física)
17. Confort general del viaje (posibilidad de ir sentado, temperatura a bordo)
18. Conducción eficiente, ausencia de movimientos bruscos (frenazos)
19. Riesgo de sufrir un robo o que le molesten a bordo
20. Atención y amabilidad por parte de los inspectores de la EMT
21. Compromiso de la EMT con la calidad del servicio que ofrece

 Además se realiza una valoración global de la EMT de forma independiente.

3. Metodología

Metodología

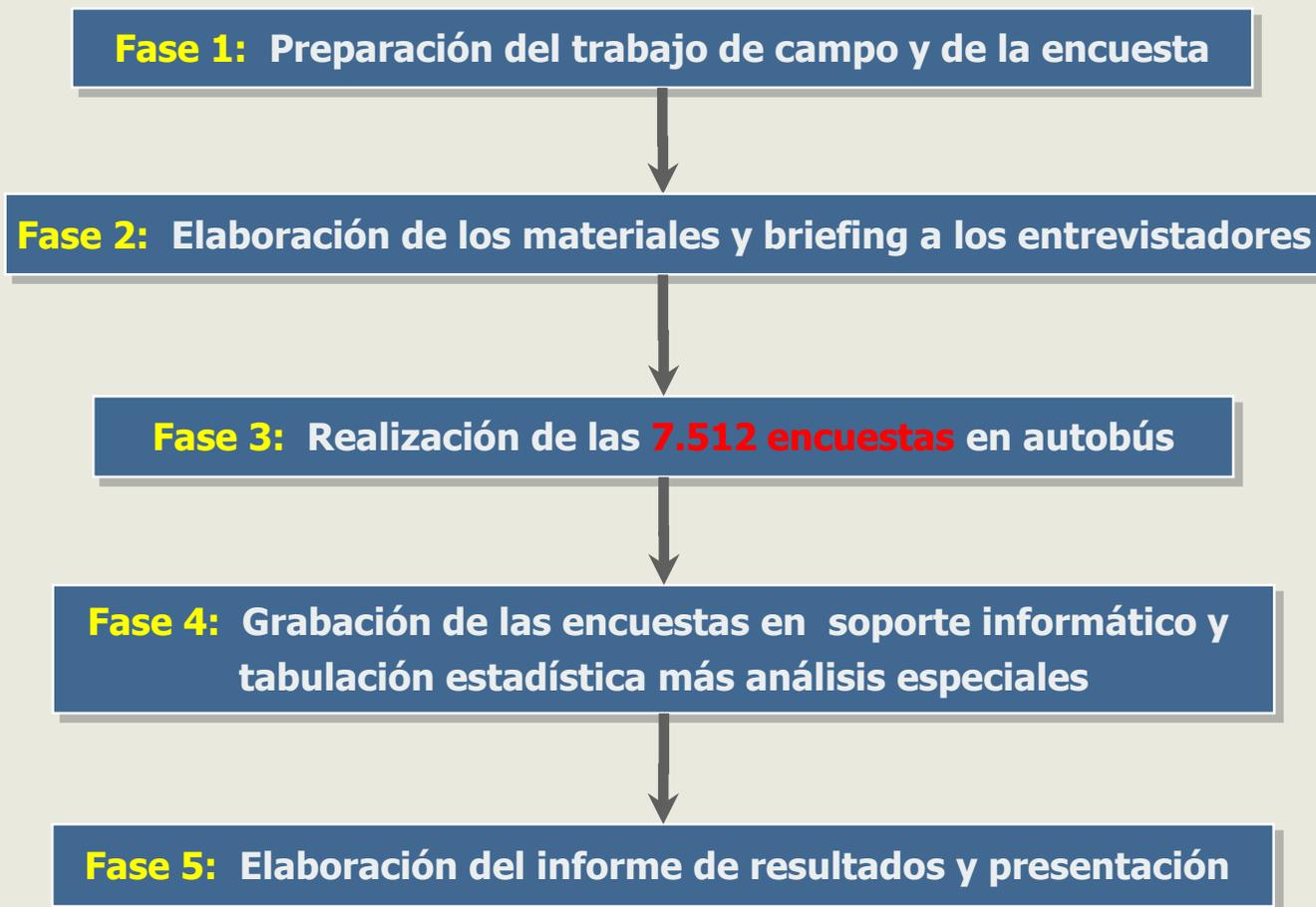
17



(1) Sábado y Domingo

Metodología

18



Metodología

- Fase 1 -

19

Fase 1.- Preparación del Trabajo de Campo y de la encuesta

- Esta fase incluye la elaboración del Plan de Toma de Datos y el diseño definitivo de la encuesta:

✓ Preparación del Trabajo de Campo

- Por parte de EMT Valencia se facilitó la información disponible de las distintas líneas de autobús de la red de EMT y cualquier otra información que era necesaria para el desarrollo de los trabajos.
- **GfK** preparó el **Plan de Toma de Datos**, estableciendo la distribución de entrevistas por línea, día de la semana y franjas horarias.
- Dicho plan de toma de datos fue validado y aprobado en su caso por los técnicos del área de Calidad de EMT, los cuales propusieron las modificaciones oportunas.
- A sugerencia del cliente, se amplió el cuestionario con nuevas preguntas intermedias, que se hacían a uno de cada seis entrevistados. Este aumento de la duración del cuestionario supuso:
 - ☛ Un mayor tiempo en la realización de las encuestas, lo que produjo quejas de los usuarios.
 - ☛ Mayor dificultad del encuestador al dejar a mitad un mayor número de encuestas.
 - ☛ Se tuvo que ampliar el plazo de realización del trabajo de campo.

Metodología

- Fase 1 -

20

Elaboración de la encuesta definitiva

- ✓ **GfK** presentó un modelo de encuesta que sirvió de base para el diseño de la definitiva que se utilizó en la fase de campo.
- ✓ Dicha encuesta se ha caracterizado por:
 - Estar diferenciada en cuatro partes:
 - a) Parte introductoria sobre características de la movilidad
 - b) Parte central de valoración de los atributos en escala 0-10. Se muestra cartón
 - c) Parte adicional de valoración y jerarquización de las novedades, herramientas, página WEB de EMT...
 - d) Parte final con características sociodemográficas
- ✓ Las preguntas sociodemográficas se apoyan en un cartón con el fin de evitar que los entrevistados verbalicen las respuestas (soy parado, sin estudios, etc...) y en cambio dan los códigos de respuesta sin que los usuarios próximos se enteren.
- ✓ Recoge el nombre y teléfono de la persona entrevistada con el fin de poder supervisar posteriormente, por teléfono y por un equipo diferente, la calidad del trabajo de campo efectuado tanto en la duración como en la forma de presentar las preguntas (se inspecciona el 5% cubriendo todos los entrevistadores y rutas).

Metodología

- Fase 1 -

21

- Lógicamente este sistema tiene en cuenta la privacidad de algunos viajeros que prefieren que no se les llame posteriormente para supervisar la entrevista. Esto es así y **GfK** tiene una base de datos con los porcentajes de entrevistados que no suelen dar sus datos personales (diferenciando por tipos de encuestas). Desviaciones importantes respecto a dicha media en entrevistadores concretos, arrojan luz sobre la calidad de los trabajos realizados, permiten anular todas las entrevistas en aquellos casos que haya una duda razonable y se repite el trabajo de campo por un nuevo equipo dejando automáticamente de trabajar con nuestra empresa la persona.
- También se supervisa la **calidad del trabajo** realizado cruzando a posteriori las valoraciones y características de sexo y edad de las entrevistas realizadas por cada entrevistador.
 - ✓ De las preguntas de nivel de estudios y ocupación **obtenemos la Clase Social del viajero**, a partir de tablas de equivalencia elaboradas por ESOMAR.
 - ✓ El recoger el **código postal** (nunca la dirección donde viven) donde reside el viajero, permite posteriormente tener datos de origen de los viajeros.
 - ✓ Las preguntas sobre movilidad (día, hora, frecuencia de uso de EMT y motivo del viaje), permiten además de caracterizar el usuario, obtener otra tipología de usuarios.

Metodología

- Fase 2 -

22

Fase 2.- Elaboración de los materiales y briefing a los entrevistadores

- Esta fase incluye la elaboración de materiales y explicación del trabajo a los entrevistadores:

✓ Elaboración de los materiales

- Una vez establecida de forma definitiva la encuesta, se procedió a su maquetación y diseño definitivo (incluida la columnación para proceso de datos) y edición en papel de los **7.512 cuestionarios**.
- De forma complementaria se elaboraron otros materiales necesarios:
 - 1) Cartón de apoyo (con las escalas de las preguntas)
 - 2) Carta de presentación de la EMT autorizando a viajar gratis y realizar entrevistas a bordo de los autobuses (para presentar a los conductores)
 - 3) Carnet de **GfK**
 - 4) Hoja de ruta con la indicación de las entrevistas a realizar por cuotas (líneas, días de la semana (laborable y fin de semana) y franjas horarias): MANUAL DEL ENCUESTADOR

✓ Briefing a los entrevistadores

- Reunión con los entrevistadores para explicarles la encuesta, la metodología, las rutas, la selección de la persona a entrevistar, etc. Se realizó el **Miércoles 25 de Noviembre**.

Metodología

- Fase 3: Ficha técnica -

23

UNIVERSO	Usuarios de EMT Valencia mayores de 14 años
TAMAÑO MUESTRAL	7.512 Entrevistas: 6.526 Laboral y 896 Fin de semana (*)
LÍNEAS DE ESTUDIO	Se han analizado 57 líneas: 45 diurnas y 12 nocturnas
MARGEN DE ERROR	TOTAL MUESTRA 1,2% ($\pm 1,2\%$ Laboral y $\pm 3,2\%$ Festivo) para un intervalo de confianza del 95,5% y supuesta máxima indeterminación
TIPO DE ENTREVISTA	Entrevista a bordo de los autobuses de EMT duración media (10 min.). Se ha inspeccionado telefónicamente el 5% de las entrevistas cubriendo todas las líneas, rutas y entrevistadores. Editing del 100% de los cuestionarios
ACREDITACIÓN	Se ha trabajado a bordo con acreditación facilitada por EMT

(*) No sirven las incompletas

Metodología

- Fase 3: Ficha técnica -

24

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA	Distribución bietápica: 1º Por Líneas: con cuotas fijas por Línea y posterior ponderación proporcional al nº de pasajeros. 2º Por Días de la semana: (laborable y fin de semana) y franjas horarias
SELECCIÓN DE LA MUESTRA	Se selecciona la persona a entrevistar de forma aleatoria en función del orden de acceso a bordo del autobús. Una sola persona contesta toda la encuesta de forma completa, permitiendo de este modo la perfecta correlación entre las variables de viaje, sociodemográficas y de calidad percibida (esto a pesar del cuestionario tan alargado)
CUESTIONARIO	Semiestructurado, con preguntas cerradas y escalas de valoración de 0 a 10 puntos (TOTAL 81 preguntas y varios cartones) Las preguntas de importancia, se han efectuado a un tercio de la muestra, mientras que la preguntas complementarias, se han realizado a un sexto de la muestra (2.504 y 1.252 respectivamente)
TRABAJO DE CAMPO	Del Jueves 26 de Noviembre al Jueves 17 de Diciembre de 2009

Metodología

- Fase 3 -

25

 Control de calidad: **GfK** garantiza la calidad de las encuestas realizadas en base a los siguientes sistemas:

- ✓ Durante la realización del trabajo de encuestación 2 inspectores han viajado por las distintas líneas comprobando la adecuada calidad de las entrevistas, la selección de la persona etc..
- ✓ A la finalización y entrega en nuestras oficinas de las encuestas realizadas en esos días se ha procedido a la inspección telefónica de un 5% de las encuestas cubriendo todos los encuestadores y rutas, con el fin de garantizar su realización en la forma y contenidos establecidos en el manual del encuestador (mostrando cartones, formulando las cuestiones, etc.)
- ✓ Se realiza el editing (observación visual del contenido del cuestionario y de su cumplimentación) del 100% de los cuestionarios.
- ✓ A la finalización de todas las encuestas y una vez grabadas se realizan cruces por encuestador con el fin de analizar si hay desviaciones importantes por sexo y edad, valoración, etc.. que hagan dudar de la adecuada formulación de las preguntas.

Metodología

- Fase 4 -

26

Fase 4.- Grabación de las encuestas en soporte informático y tabulación estadística más análisis especiales.

✓ A la finalización de las encuestas se procede a su grabación en soporte informático, validación de resultados, verificación de las variables, generación de nuevas variables (como clase social) y tabulación de resultados. Como resultado han generado los siguientes soportes:

1. Fichero Excel poniendo en filas las **7.512 encuestas** y en columnas todas las variables del estudio. Este fichero informático permite posteriormente la generación (mediante tablas dinámicas) de nuevas tablas y cruces de variables según interés de EMT.
2. Tablas de resultados en formato Excel mediante el cruce de algunas variables del cuestionario en filas y en columnas las variables más significativas: género, grupos de edad, clase social, estudios, ocupación, motivo del viaje, tipo de línea, día de la semana, franja horaria, valoración global (agrupación del satisfecho – 10+9+8+7-, insatisfecho – menos de 5 e indiferente – 5+6-).
3. Análisis estadísticos especiales: Análisis factorial y análisis de regresión múltiple.

Metodología

- Fase 5 -

27

Fase 5.- Explotación de Resultados

✓ Encuesta a Usuarios de la EMT

▪ El análisis se estructura en tres niveles:

- ☛ Satisfacción individualizada con cada uno de los parámetros de Calidad, referidos a los 21 atributos concretos de calidad.
- ☛ Satisfacción Global.
- ☛ El tratamiento de los datos sigue el siguiente esquema:
 - ◆ Análisis bivariable, que permite conocer la valoración relativa de cada uno de los índices obtenidos en función del perfil del usuario o características de la oferta utilizada.

Metodología

- Fase 5 -

28

Fase 5: Definiciones utilizadas en el informe

1. **VALORACIÓN GLOBAL:** Medida independiente del conjunto del servicio ofrecido por la línea.
2. **MEDIA DE ATRIBUTOS:** Valoración resultante como promedio de las puntuaciones de los 21 atributos.
3. **IMPORTANCIA CONCEDIDA A CADA ASPECTO DEL SERVICIO:**
 - **Importancia Real:** Se calcula mediante análisis estadísticos especiales, y mide la influencia que cada atributo tiene sobre la Valoración Global de la EMT.
 - **Importancia Percibida:** Obtenida mediante la pregunta directa verbalizada de “cómo es de importante para usted tal atributo a la hora de utilizar el servicio de EMT”.
4. **DIAGNÓSTICO:** Análisis que clasifica a los atributos en cuatro cuadrantes, en función de su importancia y valoración (los ejes los determinan las medias).

Metodología

- Fase 6 -

29

Fase 6.- Elaboración del informe de resultados y presentación

- ✓ **GfK** presenta en este documento los resultados en soporte Power Point de la explotación de la encuesta ajustándose al siguiente esquema general:
 - Metodología utilizada
 - Cuestionario utilizado
 - Distribución de la muestra, con los datos de la muestra teórica y la muestra real y errores asociados
 - Fechas, organización y desarrollo del trabajo de campo
 - Análisis de los datos e informe del estudio con tablas y gráficos

Metodología

- Fase 6 -

30

Aclaraciones:

- ✓ En la explotación de los datos obtenidos esta medición se ha realizado un evolutivo con respecto a la última medición realizada en 2006. Los datos de 2006 se pueden observar juntos a la explotación de los datos de 2009 entre paréntesis.
- ✓ Sólo se medirán aquellas variables que sean comunes en ambas mediciones.
- ✓ El número de líneas ha variado con respecto a 2006, por lo que tampoco se podrá realizar un evolutivo entre éstas. Dichas líneas son:
 - Línea 5B (no operativa), 64, N9, N89 y N90 (nuevas líneas).
- ✓ La pregunta de importancia (P.1) solo se ha realizado a uno de cada tres entrevistados, así como la última parte del cuestionario (desde la P.3 hasta la P.16) sólo se preguntó a 1 de cada 6 encuestados. Esta medida permite no hacer excesivamente largo el cuestionario a los usuarios entrevistados, que de media recorren 9 paradas.

Metodología

- Distribución de las entrevistas por línea -

Nº ENTREVISTAS		
LÍNEA	Real	Teórico
1	171	222
2	171	314
3	179	299
4	150	158
5	210	132
6	169	237
7	170	234
8	172	205
9	152	282
10	170	262
11	169	220
12	151	70
13	150	115
14	159	81
15	90	7

Nº ENTREVISTAS		
LÍNEA	Real	Teórico
16	150	107
17	89	37
18	90	67
19	170	242
26	92	47
27	172	166
28	150	178
29	167	150
30	160	51
31	150	108
32	150	180
35	149	103
36	90	44
40	169	153
41	150	79

Nº ENTREVISTAS		
LÍNEA	Real	Teórico
60	169	225
61	173	63
62	150	124
63	169	56
64	102	40
70	170	217
71	170	244
72	150	113
73	89	77
79	172	149
80	148	98
81	212	352
89	210	471
90	210	503
95	163	182

Nº ENTREVISTAS		
LÍNEA	Real	Teórico
N1	50	4
N2	49	4
N3	48	4
N4	40	4
N5	40	4
N6	40	4
N7	40	4
N8	40	4
N9	54	4
N10	38	4
N89	35	4
N90	50	4
TOTAL	7.512	7.512

NOTA: Entrevistas Teórico: Número de entrevistas proporcional al tráfico de pasajeros. En la línea 1 se han hecho 171 entrevistas, su peso en el conjunto de la EMT según los viajeros que transporta es de 222
Entrevistas Reales: Número de entrevistas realizadas realmente

Metodología

- Distribución de las entrevistas en laborable/ fin de semana -

32

% ENTREVISTAS											
LÍNEA	Fin de semana	Laborable									
1	15	85	16	15	85	60	15	85	N1	22	78
2	15	85	17	16	84	61	13	87	N2	37	63
3	14	86	18	9	91	62	12	88	N3	0	100
4	15	85	19	15	85	63	0	100	N4	0	100
5	15	85	26	14	86	64	14	86	N5	0	100
6	15	85	27	15	85	70	15	85	N6	0	100
7	15	85	28	15	85	71	2	98	N7	0	100
8	15	85	29	14	86	72	15	85	N8	30	70
9	15	85	30	14	86	73	0	100	N9	19	81
10	15	85	31	15	85	79	15	85	N10	0	100
11	15	85	32	14	86	80	15	85	N89	0	100
12	15	85	35	15	85	81	15	85	N90	0	100
13	15	85	36	14	86	89	15	85	TOTAL	13	87
14	14	86	40	15	85	90	10	90			
15	16	84	41	5	95	95	15	85			

Laborable: de Lunes a Viernes

Fin de semana: Sábados y domingo

Metodología

- Distribución de las entrevistas por franja horaria -

33

% Entrevistas			
LÍNEA	Mañana	Tarde	Noche
1	62	34	4
2	62	38	0
3	60	34	6
4	49	44	7
5	62	37	1
6	61	37	2
7	59	41	0
8	60	35	5
9	63	37	0
10	52	46	2
11	50	50	0
12	58	40	2
13	43	49	8
14	52	41	7
15	68	32	0

% Entrevistas			
LÍNEA	Mañana	Tarde	Noche
16	51	48	1
17	58	42	0
18	56	44	0
19	49	51	0
26	61	38	1
27	60	32	8
28	58	42	0
29	45	52	3
30	58	42	0
31	50	50	0
32	55	44	1
35	61	36	3
36	56	43	1
40	59	41	0
41	58	39	3

% Entrevistas			
LÍNEA	Mañana	Tarde	Noche
60	62	38	0
61	55	43	2
62	44	53	3
63	57	43	0
64	53	46	1
70	58	41	1
71	59	41	0
72	62	37	1
73	56	41	3
79	65	32	3
80	61	36	3
81	60	40	0
89	56	44	0
90	54	46	0
95	51	48	1

% Entrevistas			
LÍNEA	Mañana	Tarde	Noche
N1	0	0	100
N2	0	0	100
N3	0	0	100
N4	0	0	100
N5	0	0	100
N6	0	0	100
N7	0	0	100
N8	0	0	100
N9	0	0	100
N10	0	0	100
N89	0	0	100
N90	0	0	100
TOTAL	53	38	9

Mañana: De 7 a 15,30 horas

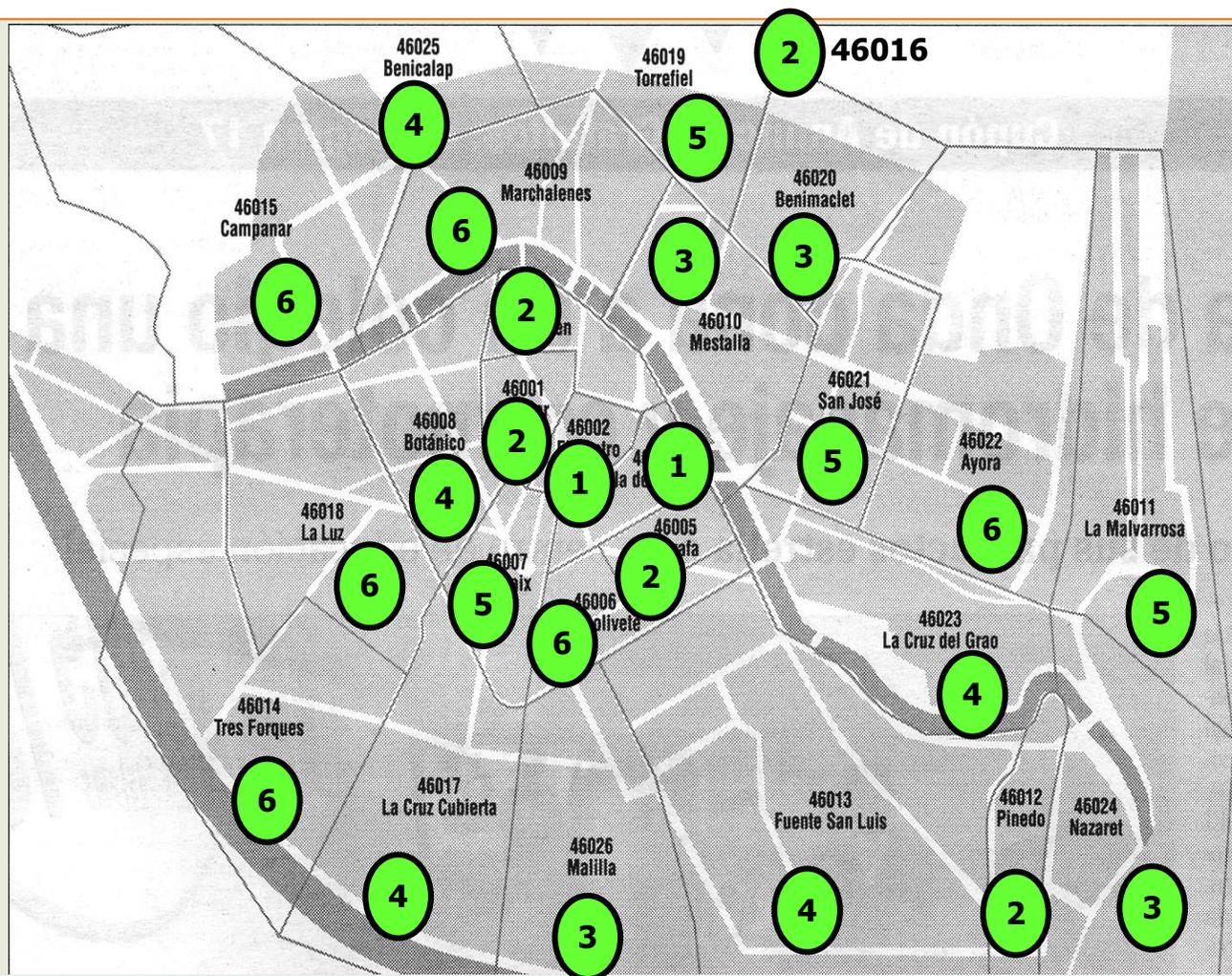
Tarde: De 15,30 a 21 horas

Noche: A partir de las 21 horas

NOTA: Estos datos totales son lo realizado, es decir, sin ponderar. Al poner la ponderación, la noche representaría el 2%.

Metodología

- Distribución de las entrevistas por distritos postales -



Unidad: Porcentaje de usuarios de EMT que residen en cada distrito

Base: Residentes en ciudad de Valencia que recuerdan el código postal (6.156)

NOTA: Sólo 141 entrevistados no sabía su CP (1,9%)

Metodología

- Descripción de las líneas de autobuses -

35

 A continuación se relacionan las líneas existentes con su denominación e inicio-final.

Línea	Denominación de la Línea	Punto de Inicio	Punto Final
1	Estació d'autobusos - La Malva-Rosa	Joaquín Ballester (La Fe)	Cavite
2	La Malva-Rosa-Estacio d'autobusos	Cavite	Joaquín Ballester (La Fe)
3	Av. del Cid-Nazaret	Av. Del Cid	Castell de Pop
4	Nazaret-Pl. de L'Ajuntament	Castell de Pop	Pl. de L'Ajuntament
5	Interior - Torres de Serranos	Torres de Serrano	Torres de Serrano
6	Malilla - Torrefiel	Bernat Descoll	Cecilio Pla
7	Mislata - Fonteta Sant Lluís	Pl. País Valenciano (Mislata)	Pl. Músico Cuesta
8	Estacio d'autobusos - Malilla	Av. Menéndez Pidal	Ingeniero Joaquín Benlloch
9	La Torre - Universitats	Av. Real de Madrid	Av. Los Naranjos
10	Benimaclet - San Marcel.lí	M. Buenaventura Pascual	Av. Dr. Tomás Sala (Bulevar Sur)
11	Patraix - Orriols	Fontanars	Santiago Rusiñol
12	Ciutat Art. Faller - La Glorieta	Del foc	G.V Marqués del Turia
13	Fonteta Sant Lluís - Baro de Carcer	Grabador Jordán	Av. Barón de Cárcer
14	Pinedo/Forn d'Alcedo - Marqués de Sotelo	Pinedo/Horno de Alcedo	Russafa- Ciril Amorós
15	Pinedo - Marqués de Sotelo	Trav. Pinedo al Mar (Pinedo)	Russafa- Ciril Amorós
16	Tavernes Blanques - Pl. de L'Ajuntament	Alicante (Tavernes Blanques)	Pl. de L'Ajuntament
17	Barri Sant Vicent - Pl. de L'Ajuntament	Valle de la Ballestera	Pl. de L'Ajuntament
18	Malilla - Universitats	Isla Formentera	Av. Los Naranjos
19	La Malva-Rosa - Pl. de L'Ajuntament	Av. de la Malvarrosa	Pl. de L'Ajuntament
26	Carpesa/Benifaraig - Poeta Querol	Pl del Poble (Benifaraig)	Poeta Querol
27	Mercado Central - La Torre	San Vicente Mártir-Cotanda	Manuel Iranzo
28	Ciutat Artista Faller- Mercado Central	San José Artesano	Mercado Central
29	Mislata - Universitats	Con, de Vera	Av. Gregorio Gea (Mislata)
30	Hospital Clínico - Nazaret	Av Blasco Ibañez	Castell de Pop (Nazaret)
31	La Malva-Rosa - Poeta Querol	Mar Menor (Alboraya)	Poeta Querol
32	Marqués de Sotelo - Paseo Marítimo	Cerdán de Tallada	Passeig Marítim
35	Ciutat de les Arts i Ciències- Plaza de L'Ajuntament	Autovia Saler	Xàtiva- Marqués de Sotelo

Metodología

- Descripción de las líneas de autobuses -

Línea	Denominación de la Línea	Punto de Inicio	Punto Final
36	Vinalesa - Pl. de L'Ajuntament	Mayor (Vinalesa)	Pl. de L'Ajuntament
40	Estación Nord - Universitats	San Pablo	Universidad Politécnica
41	Universitats - Pl. d'Espanya	Universidad Politécnica	Pl. de España
60	Torrefiel - Baró de Cáncer	Cecilio Pla	Guillem de Castro
61	Hospital A. Vilanova- Pl. de L'Ajuntament	Valle Ballestera	Pl. de L'Ajuntament
62	Benimamet - Colón	Almassora	Colón
63	Noves Facultats - Xàtiva	Av. Vicent A. Estellés (Burjasot)	Ramón y Cajal
64	Benicalap- Parc Central	Joan XXIII	Ramón y Cajal
70	La Fontsa- Alboraya	Tres Creus	Orxata
71	La Llum- Universitats	Anatoly Karpov	Ramón Llull
72	Sant Isidre- Pl. Ajuntament	Pl. Ajuntament	Campos Crespo
73	Sant Isidre- Parreta	Dr. Rafael Bartual	Pius XII (impar)
79	Circular Grans Vies-Av. Menendez Pidal-Av. Blasco Ibañez	Av. Menendez Pidal	Av. Blasco Ibañez
80	Circular Grans Vies-Av. Menendez Pidal-Av. Blasco Ibañez	Av. Menendez Pidal	Av. Blasco Ibañez
81	Hospital General - Av. Blasco Ibañez	Av. Tres Cruces	Av. Blasco Ibañez
89	Circular Ronda Transits - Anell Exterior	Av. Campanar	Av. Cardenal Benlloch
90	Circular Ronda Transits - Anell Exterior	Av. Campanar	Av. Cardenal Benlloch
95	Ciutat de les Arts i Ciències- Parque de Cabecera	Autovía Saler	Paseo Pechina
N1	Pl. de L'Ajuntament - Malva-rosa	Pl. de L'Ajuntament	Malva-rosa
N2	Pl. de L'Ajuntament -Tavernes Blanques	Pl. de L'Ajuntament	Ausias March (Tavernes Blanques)
N3	Pl. de L'Ajuntament - Benimàmet	Pl. de L'Ajuntament	Pintor Garnelo
N4	Pl. de L'Ajuntament - Mislata	Pl. de L'Ajuntament	Pl. País Valencià (Mislata)
N5	Pl. de L'Ajuntament - San Isidre	Pl. de L'Ajuntament	Mariano de Cavia
N6	Pl. de L'Ajuntament - La Torre	Pl. de L'Ajuntament	Real de Madrid
N7	Pl. de L'Ajuntament - Font Sant Lluis	Pl. de L'Ajuntament	Pl. Músico Cuesta
N8	Pl. de L'Ajuntament - Nazaret	Pl. de L'Ajuntament	Castell de Pop
N9	Pl. de L'Ajuntament - Cabanyal	Pl. de L'Ajuntament	Cabanyal
N10	Circular- Ronda Tránsits	Campanar	Cardenal Benlloch
N89	Circular Ronda Transits - Anell Exterior	Av. Campanar	Av. Cardenal Benlloch
N90	Circular Ronda Transits - Anell Exterior	Av. Campanar	Av. Cardenal Benlloch

4. Características de los usuarios

Características de los usuarios

- Introducción -

38

Tipos de características analizadas:

✓ Características de utilización del autobús

- Frecuencia de uso de la línea
- Tipo de billete utiliza
- Viaja con niños y edades de los niños
- Motivo del viaje
- Número de viajes

✓ Características sociodemográficas

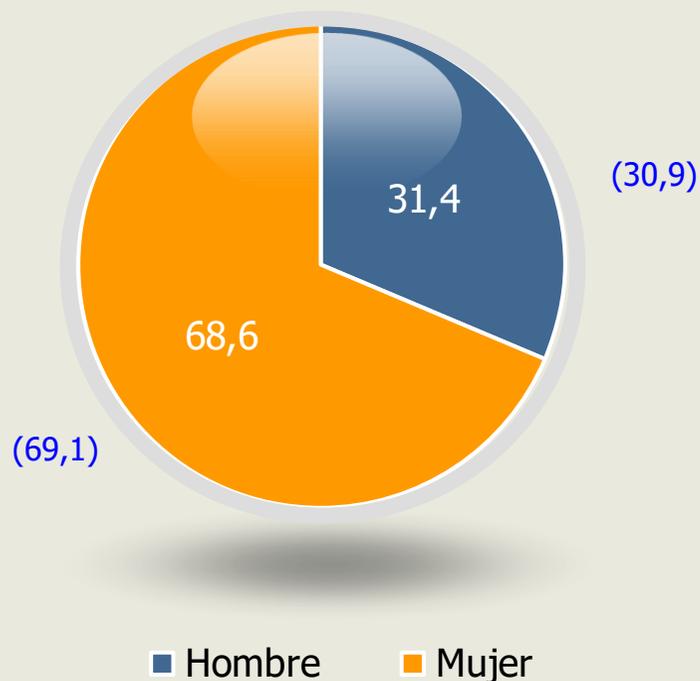
- Sexo
- Edad
- Nivel de estudios
- Tipo de ocupación
- Clase social (obtenida a partir del cruce de las dos variables anteriores)
- Lugar de residencia (Ciudad de Valencia, etc...)
- Extranjero

Características de los usuarios

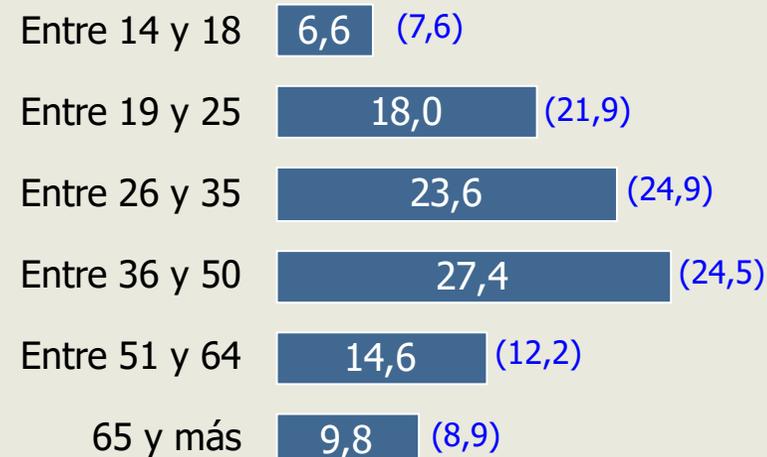
- Sexo y edad -

39

Sexo



Edad



Edad media
39 años

(37)

Unidad: Porcentaje y Media
Base: Total muestra (7.512)

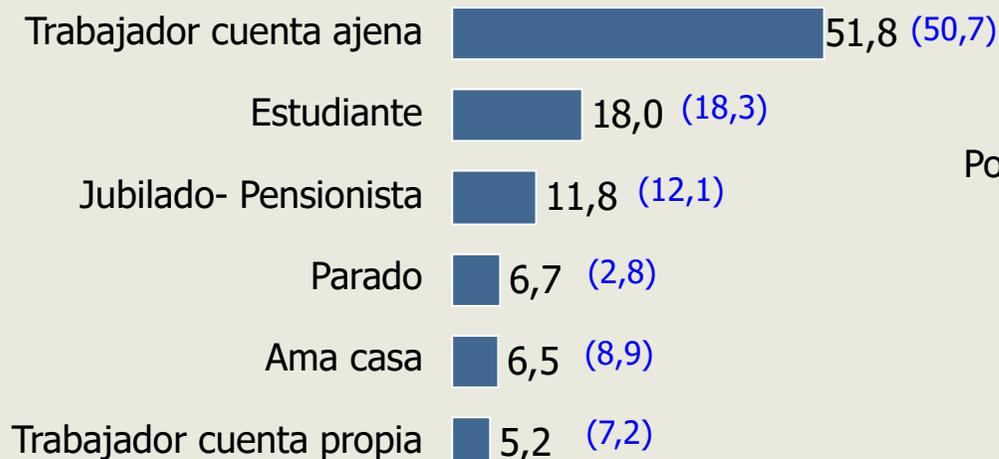
Datos Clasificación: SEXO (Anotar por observación)
DATOS Clasificación: EDAD
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

Características de los usuarios

- Actividad y motivo del viaje -

40

Actividad actual



Motivo del viaje



Aumentan los parados y el peso de los que viajan por trabajo, y disminuyen los de ocio.

Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra (7.512)

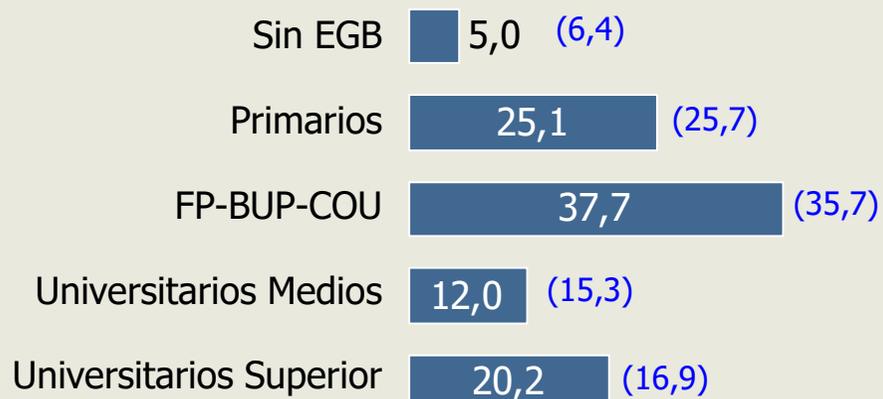
Datos de clasificación: OCUPACIÓN
Datos de clasificación: MOTIVO DEL VIAJE
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

Características de los usuarios

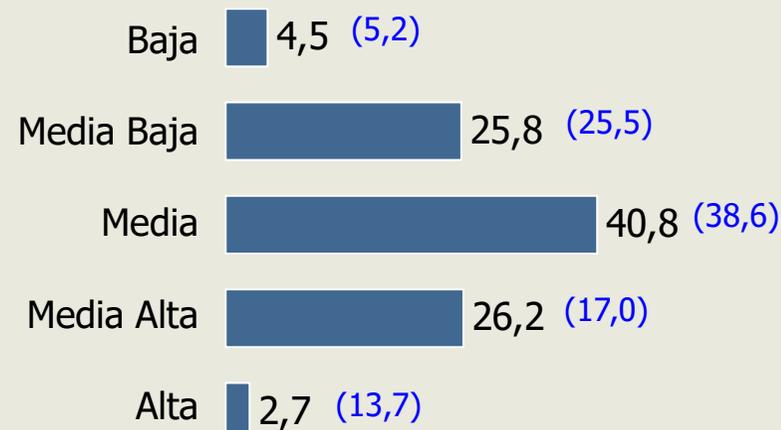
- Nivel de estudios y Clase Social -

41

Nivel de estudios



Clase Social



Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra (7.512)

Datos de clasificación: ESTUDIOS
 Datos de clasificación: OCUPACIÓN Y ESTUDIOS (La Clase Social se obtiene como combinación de la Actividad y el nivel de estudios)
 () Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

Características de los usuarios

- Hábitos de movilidad en relación a EMT (I) -

42

Frecuencia de uso

FRECUENCIA DE USO		Nº viajes/semana	
	%	2009	2006
Todos los días	54,7 (46,3)	13'7	15'2
2-3 días semana	22,3 (23,3)	7'5	8'6
1 día semana	10,2 (11,6)	6'5	6'5
Menos frecuencia	12,8 (18,8)	5'9	5'7
TOTAL	100,0	10'4	11'2

Nº viajes última semana

Nº VIAJES/ SEMANA		
0 a 2 Viajes	12,6	(17,1)
3 a 5 Viajes	15,4	(15,6)
6 a 9 Viajes	15,3	(13,8)
10 Viajes	21,6	(14,7)
11 a 19 viajes	20,4	(22,7)
20 a 25 viajes	10,5	(10,3)
Más de 25 viajes	4,2	(5,8)
TOTAL	100,0	

Media
10,4 viajes/semana (11,2)

Unidad: Porcentaje y media
Base: Total muestra (7.512)

Frecuencia de uso de esta línea de EMT
P.17.: ¿Cuántos viajes ha realizado en autobuses de la EMT en los últimos 7 días?
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

NOTA.- Ida y vuelta son 2 viajes. Si es la 1ª vez que sube poner 0 viajes

Características de los usuarios

- Hábitos de movilidad en relación a EMT (II) -

43

Tipo de billete utilizado

TIPO DE BILLETE		
Bonobús	54,3	(48,1)
Bono Oro 2009	14,3	(12,9)
Billete Ordinario	10,9	(16,6)
Abono Transporte	9,8	(14,1)
Bono Transbordo BT	5,6	
Bono Transporte Joven	4,3	
Pase libre circulación	0,8	(0,8)
TOTAL	100,0	

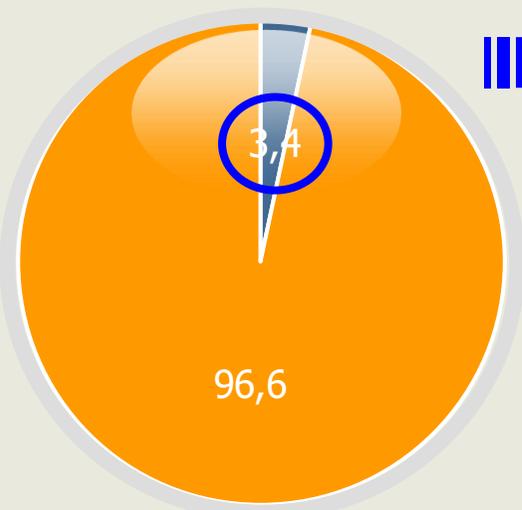
Fuerte crecimiento del Bonobús desde la implantación de la Tarjeta Sin Contacto

Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra (7.512)

Características de los usuarios

- Hábitos de movilidad en relación a EMT (III) -

Viaja con niños



■ Sí ■ No

Unidad: Porcentaje y media

Base: Total muestra (7.512) y contestan viajan con niños (249)

¿Con cuántos?

1 Niño 2,8 (82%)

2 Niños 0,6 (18%)

Media: 1,18 niños

Las líneas donde van más niños son:
70,89,10,81,32,71,2 y 8 (*)

Media: 5,7 años

AÑOS	% sobre Total viajeros	% sobre viaja con niños
0	0,5	11,5
1	0,2	6,1
2	0,4	9,0
3	0,3	8,7
4	0,5	13,5
5	0,3	8,8
6	0,4	9,3
7	0,2	5,6
8	0,2	5,3
9	0,2	4,8
10	0,2	5,3
11	0,1	0,9
12	0,2	5,1
13	0,1	2,4
14	0,0	0,3
15	0,1	1,3
16	0,1	2,1
TOTAL	4.0	100

44

26,6%

40,3%

Datos de clasificación: ¿VIAJA CON NIÑOS?

Datos de clasificación: EDADES DE LOS NIÑOS

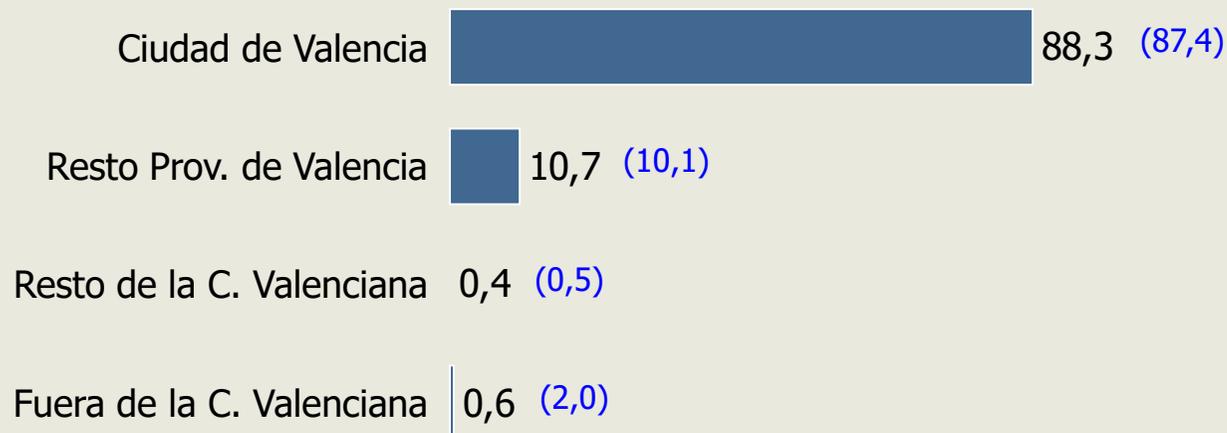
NOTA: Los propios usuarios han asignado como niños hasta los 16 años. 0 años significa que son bebés que no llegan al año.

(*) En términos absolutos

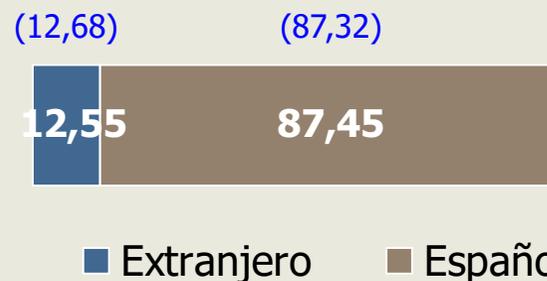
Características de los usuarios

- Lugar de residencia y nacionalidad -

45



Presencia de extranjeros



Unidad: Porcentaje

Base: Usuarios que contestan el código postal (7.371)

Datos de clasificación: CÓDIGO POSTAL donde reside habitualmente

Datos de clasificación: EXTRANJERO (por observación)

() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

Características de los usuarios

- Por línea -

46

ASPECTOS ANALIZADOS POR CADA LÍNEA:

- ✓ FRECUENCIA DE USO DEL AUTOBÚS
- ✓ TIPO DE BILLETE
- ✓ MOTIVO DE VIAJE
- ✓ SEXO
- ✓ EDAD
- ✓ NIVEL DE ESTUDIOS
- ✓ OCUPACIÓN Y CLASE SOCIAL
- ✓ DURACIÓN DEL VIAJE EN EMT

NOTA: En cada una de las diferentes variables utilizadas se resaltan determinados valores en color verde y en color rojo, lo que significa que esos valores presentan una diferencia estadísticamente significativa **positiva (verde)** respecto al total o **negativa (rojo)** (al 95% de nivel de significación y estadístico t de Student).

Características de los usuarios

- Frecuencia de uso por línea -

47

Frecuencia de uso (%)			
LÍNEA	Todos los días	Varias veces/semana	Menor periodicidad
1	60	29	11
2	60	32	8
3	64	28	8
4	52	32	16
5	60	29	11
6	53	33	14
7	62	29	9
8	47	43	10
9	51	34	15
10	57	30	13
11	56	37	7
12	47	43	10
13	55	33	12
14	55	36	9
15	32	51	17

Frecuencia de uso (%)			
LÍNEA	Todos los días	Varias veces/semana	Menor periodicidad
16	59	28	13
17	33	49	18
18	63	29	8
19	42	39	19
26	61	31	8
27	61	27	12
28	45	45	10
29	45	35	20
30	45	33	22
31	52	38	10
32	53	36	11
35	48	29	23
36	49	39	12
40	56	33	11
41	49	38	13

Frecuencia de uso (%)			
LÍNEA	Todos los días	Varias veces/semana	Menor periodicidad
60	53	37	10
61	40	41	19
62	48	30	22
63	64	28	8
64	56	42	2
70	54	28	18
71	65	24	11
72	59	34	7
73	54	38	8
79	52	38	10
80	52	37	11
81	47	32	21
89	68	22	10
90	55	31	14
95	41	33	26

Frecuencia de uso (%)			
LÍNEA	Todos los días	Varias veces/semana	Menor periodicidad
N1	38	44	18
N2	33	37	30
N3	22	38	40
N4	57	25	18
N5	53	33	14
N6	28	50	22
N7	22	38	40
N8	40	36	24
N9	25	35	40
N10	66	34	0
N89	60	23	17
N90	44	36	20
TOTAL	55	32	13

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:
 Valor superior a la media

 Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Tipo de billete utilizado por línea -

48

Tipo de billete utilizado (%)						Tipo de billete utilizado (%)						Tipo de billete utilizado (%)						Tipo de billete utilizado (%)					
LÍNEA	B.Ordi nario	Bono bús	A.Trans porte	B.Trans bordo BT	B.Oro	LÍNEA	B.Ordi nario	Bono bús	A.Trans porte	B.Trans bordo BT	B.Oro	LÍNEA	B.Ordi nario	Bono bús	A.Trans porte	B.Trans bordo BT	B.Oro	LÍNEA	B.Or dina rio	Bono bús	A.Trans porte	B.Tran sbordo BT	B.Oro
1	10	58	6	8	11	16	9	62	5	8	9	60	8	65	8	3	12	N1	28	52	8	0	5
2	11	52	10	2	14	17	16	46	6	1	27	61	17	47	8	5	19	N2	29	39	14	6	3
3	12	45	16	6	16	18	8	64	2	6	11	62	16	60	7	5	10	N3	29	48	8	2	4
4	16	47	10	7	16	19	13	55	10	5	15	63	14	61	5	7	7	N4	15	48	20	5	3
5	9	52	10	6	20	26	12	53	15	3	11	64	9	52	16	5	17	N5	10	53	18	8	5
6	11	59	9	5	12	27	16	54	8	9	8	70	12	47	12	5	19	N6	23	43	23	5	3
7	13	42	13	6	18	28	9	50	7	7	23	71	5	71	8	4	8	N7	43	33	8	10	0
8	13	46	10	3	23	29	15	53	7	5	13	72	4	52	11	6	23	N8	26	50	17	2	4
9	11	65	5	7	5	30	10	56	12	4	14	73	9	55	12	2	20	N9	21	37	2	16	25
10	8	62	7	6	13	31	16	52	11	3	11	79	12	64	6	4	10	N10	11	39	24	3	13
11	14	59	7	2	15	32	9	43	15	2	28	80	14	53	12	4	15	N89	29	23	11	31	0
12	11	53	8	3	24	35	16	51	5	8	14	81	11	55	8	8	17	N90	16	44	20	2	2
13	11	49	6	9	21	36	10	51	13	4	11	89	6	50	14	9	13	TOTAL	11	54	10	6	14
14	14	45	12	6	18	40	6	69	7	3	4	90	10	51	15	5	13						
15	17	51	6	4	19	41	11	61	9	8	7	95	12	52	8	11	13						

Nota: La diferencia hasta 100% corresponde a Otros: Bono Transporte Jove, T1/T2/T3, Pases libre circulación y Valencia Card 1/2/3 días
Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:

 Valor superior a la media

 Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Motivo del viaje por línea -

49

Motivo del viaje (%)					
LÍNEA	Trabajo	Estudios	Compras	Ocio	Otros
1	44	17	12	9	18
2	42	12	13	13	20
3	54	12	8	6	20
4	39	6	7	16	32
5	49	13	9	8	21
6	44	9	11	12	24
7	43	10	15	9	23
8	35	9	22	20	14
9	32	32	8	8	20
10	47	10	5	16	22
11	43	12	7	14	24
12	38	7	7	8	40
13	31	14	17	17	21
14	39	12	10	10	29
15	42	6	7	10	35

Motivo del viaje (%)					
LÍNEA	Trabajo	Estudios	Compras	Ocio	Otros
16	50	10	8	8	24
17	32	8	20	14	26
18	32	45	2	9	12
19	35	13	7	18	27
26	52	17	4	14	13
27	40	19	13	6	22
28	33	5	14	18	30
29	27	26	6	14	27
30	33	22	5	13	27
31	40	20	6	19	15
32	36	5	18	19	22
35	46	5	15	22	12
36	35	12	13	11	29
40	36	43	4	4	13
41	31	41	7	9	12

Motivo del viaje (%)					
LÍNEA	Trabajo	Estudios	Compras	Ocio	Otros
60	43	6	8	16	27
61	36	6	10	24	24
62	36	5	18	24	17
63	28	57	1	4	10
64	56	5	6	13	20
70	34	13	7	9	37
71	42	24	11	9	14
72	40	12	14	7	27
73	25	8	1	11	55
79	35	21	8	7	29
80	38	26	3	7	26
81	31	19	11	13	26
89	42	18	3	6	31
90	43	13	7	13	24
95	40	11	14	13	22

Motivo del viaje (%)					
LÍNEA	Trabajo	Estudios	Compras	Ocio	Otros
N1	38	1	0	61	0
N2	45	0	0	41	14
N3	33	2	0	48	17
N4	70	3	5	4	18
N5	47	3	0	42	8
N6	43	0	5	40	12
N7	22	0	0	73	5
N8	52	2	4	27	15
N9	26	1	8	42	23
N10	63	0	0	32	5
N89	45	3	3	46	3
N90	46	0	0	46	8
TOTAL	40	15	9	12	24

Otros motivos: Realizar gestiones (bancos, etc) , ir al médico, visita turística y visitar a un familiar- amigo.

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:



Valor superior a la media



Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Sexo por línea -

Sexo (%)		
LÍNEA	Hombre	Mujer
1	27	73
2	31	69
3	35	65
4	30	70
5	28	72
6	30	70
7	24	76
8	28	72
9	28	72
10	20	80
11	37	63
12	31	69
13	32	68
14	36	64
15	30	70

Sexo (%)		
LÍNEA	Hombre	Mujer
16	30	70
17	37	63
18	28	72
19	34	66
26	25	75
27	35	65
28	37	63
29	32	68
30	30	70
31	27	73
32	29	71
35	25	75
36	34	66
40	35	65
41	39	61

Sexo (%)		
LÍNEA	Hombre	Mujer
60	34	66
61	32	68
62	30	70
63	35	65
64	28	72
70	28	72
71	38	62
72	27	73
73	31	69
79	32	68
80	32	68
81	29	71
89	37	63
90	32	68
95	36	64

Sexo (%)		
LÍNEA	Hombre	Mujer
N1	47	53
N2	52	48
N3	50	50
N4	45	55
N5	38	62
N6	50	50
N7	50	50
N8	58	42
N9	61	39
N10	39	61
N89	40	60
N90	54	46
TOTAL	31	69

50

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:



Valor superior a la media



Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Grupos de edad por línea -

51

Grupo de edad (años) (%) y media				
LÍNEA	14-25	26-50	Más de 50	Edad Media
1	25	60	15	36
2	23	49	28	40
3	21	59	20	38
4	20	58	22	40
5	16	57	27	42
6	18	65	17	38
7	24	46	30	41
8	16	47	37	44
9	34	52	14	35
10	22	50	28	41
11	20	58	22	40
12	19	44	37	44
13	19	46	35	44
14	20	54	26	41
15	17	57	26	42

Grupo de edad (años) (%) y media				
LÍNEA	14-25	26-50	Más de 50	Edad Media
16	28	46	26	39
17	17	44	39	46
18	53	31	16	32
19	20	54	26	40
26	29	50	21	38
27	32	54	14	35
28	20	46	34	43
29	37	37	26	38
30	29	49	22	39
31	27	48	25	39
32	18	45	37	45
35	17	56	27	42
36	23	50	27	41
40	40	44	16	35
41	45	42	13	33

Grupo de edad (años) (%) y media				
LÍNEA	14-25	26-50	Más de 50	Edad Media
60	21	54	25	41
61	13	51	36	44
62	22	53	25	40
63	54	36	10	30
64	18	60	22	39
70	18	50	32	42
71	31	52	17	36
72	19	52	29	42
73	9	57	34	45
79	24	54	22	38
80	28	44	28	40
81	30	40	30	40
89	28	52	20	37
90	24	54	22	38
95	23	54	23	39

Grupo de edad (años) (%) y media				
LÍNEA	14-25	26-50	Más de 50	Edad Media
N1	36	58	6	31
N2	33	55	12	33
N3	40	52	8	32
N4	23	64	13	37
N5	35	50	15	34
N6	25	65	10	35
N7	33	60	7	32
N8	49	42	9	32
N9	30	43	27	36
N10	5	71	24	39
N89	29	68	3	32
N90	34	64	2	32
TOTAL	25	51	24	39

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea y media

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:



Valor superior a la media



Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Nivel de estudios por línea -

52

Nivel de estudios (%)					
LÍNEA	Sin EGB	EGB	FP-BUP-COU	Universitarios	
				Medios	Superior
1	3	30	32	12	23
2	5	35	36	10	14
3	4	39	30	11	16
4	7	24	35	12	22
5	2	19	26	14	39
6	5	27	44	9	15
7	10	32	32	11	15
8	17	16	35	17	15
9	2	20	39	21	18
10	3	23	35	12	27
11	5	20	46	13	16
12	5	28	45	10	12
13	11	26	33	10	20
14	6	33	35	14	12
15	12	24	28	7	29

Nivel de estudios (%)					
LÍNEA	Sin EGB	EGB	FP-BUP-COU	Universitarios	
				Medios	Superior
16	1	32	41	8	18
17	2	23	38	14	23
18	2	33	47	9	9
19	6	22	33	14	25
26	6	24	36	10	24
27	4	28	49	8	11
28	22	24	32	9	13
29	1	24	49	10	16
30	3	26	43	9	19
31	3	33	40	5	19
32	13	23	33	13	18
35	5	20	37	10	28
36	1	27	42	17	13
40	1	17	50	11	21
41	1	8	39	14	38

Nivel de estudios (%)					
LÍNEA	Sin EGB	EGB	FP-BUP-COU	Universitarios	
				Medios	Superior
60	2	30	42	11	15
61	2	21	28	13	36
62	4	29	33	10	24
63	1	9	62	6	22
64	9	40	27	7	17
70	4	30	31	11	24
71	4	11	43	20	22
72	2	32	40	9	17
73	9	38	29	9	15
79	7	25	27	17	24
80	8	17	32	21	22
81	2	20	37	11	30
89	4	30	39	9	18
90	2	20	40	12	26
95	5	20	37	15	23

Nivel de estudios (%)					
LÍNEA	Sin EGB	EGB	FP-BUP-COU	Universitarios	
				Medios	Superior
N1	9	11	60	5	15
N2	0	26	38	12	24
N3	4	29	44	10	13
N4	0	15	62	15	8
N5	0	37	47	8	8
N6	8	37	25	20	10
N7	3	22	30	25	20
N8	4	43	35	9	9
N9	4	15	31	22	28
N10	3	29	44	16	8
N89	9	29	31	14	17
N90	0	24	48	6	22
TOTAL	5	25	38	12	20

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:

 Valor superior a la media Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Ocupación por línea -

53

Ocupación (%)					
LÍNEA	Estudian te	Ama de casa	Traba ja	Para do	Jub-Pensio nista
1	17	11	59	4	9
2	17	10	57	7	9
3	13	6	68	4	9
4	10	5	65	7	13
5	11	5	65	8	11
6	12	8	65	6	9
7	17	7	58	6	12
8	12	10	50	10	18
9	34	7	43	9	7
10	13	6	63	5	13
11	14	7	61	9	9
12	7	9	54	14	16
13	17	8	48	8	19
14	15	9	57	6	13
15	10	9	63	5	13

Ocupación (%)					
LÍNEA	Estudian te	Ama de casa	Traba ja	Para do	Jub-Pensio nista
16	10	10	62	9	9
17	9	6	55	11	19
18	48	5	34	4	9
19	13	4	58	11	14
26	19	8	59	9	5
27	18	9	55	13	5
28	7	12	54	6	21
29	28	8	45	5	14
30	25	9	48	7	11
31	24	8	53	5	10
32	10	9	51	5	25
35	9	3	67	4	17
36	8	9	54	13	16
40	39	4	48	5	4
41	46	3	41	5	5

Ocupación (%)					
LÍNEA	Estudian te	Ama de casa	Traba ja	Para do	Jub-Pensio nista
60	14	8	61	5	12
61	11	9	57	7	16
62	22	8	54	4	12
63	57	2	33	3	5
64	8	9	62	7	14
70	15	6	57	5	17
71	25	2	58	8	7
72	12	8	52	11	17
73	9	11	58	6	16
79	23	6	60	3	8
80	26	4	56	3	11
81	23	5	52	4	16
89	21	2	59	7	11
90	16	5	64	5	10
95	16	6	60	8	10

Ocupación (%)					
LÍNEA	Estudian te	Ama de casa	Traba ja	Para do	Jub-Pensio nista
N1	31	0	58	6	5
N2	15	9	71	5	0
N3	15	2	73	8	2
N4	18	0	76	3	3
N5	25	3	62	5	5
N6	10	0	77	10	3
N7	10	5	67	13	5
N8	23	0	69	6	2
N9	23	3	47	5	22
N10	5	0	81	3	11
N89	17	3	57	23	0
N90	22	0	62	14	2
TOTAL	18	6	57	7	12

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:

 Valor superior a la media  Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Clase Social por línea -

54

Clase Social (%)			
LÍNEA	Alta	Media	Baja
1	32	41	27
2	22	41	37
3	26	37	37
4	32	34	34
5	45	32	23
6	23	44	33
7	24	39	37
8	29	30	41
9	34	42	24
10	39	34	27
11	27	42	31
12	14	43	43
13	25	37	38
14	21	42	37
15	31	35	34

Clase Social (%)			
LÍNEA	Alta	Media	Baja
16	22	43	35
17	29	38	33
18	20	50	30
19	39	29	32
26	30	40	30
27	16	53	31
28	19	33	48
29	21	50	29
30	27	43	30
31	20	50	30
32	25	34	41
35	36	34	30
36	27	43	30
40	31	53	16
41	48	41	11

Clase Social (%)			
LÍNEA	Alta	Media	Baja
60	22	47	31
61	39	37	24
62	31	40	29
63	27	62	11
64	21	30	49
70	30	37	33
71	34	53	13
72	20	40	40
73	19	36	45
79	38	33	29
80	39	39	22
81	36	43	21
89	25	42	33
90	32	45	23
95	34	36	30

Clase Social (%)			
LÍNEA	Alta	Media	Baja
N1	20	53	27
N2	35	48	17
N3	21	46	33
N4	23	60	17
N5	15	53	32
N6	30	25	45
N7	40	40	20
N8	22	45	33
N9	30	51	19
N10	21	45	34
N89	26	37	37
N90	30	38	32
TOTAL	29	41	30

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

Alta: Agrupa las clases alta y media alta

Baja: Agrupa las clases baja y media-baja

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:

 Valor superior a la media

 Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Duración del viaje en autobús EMT -

55



Líneas mayor duración (>22 min)	LINEA	DURACIÓN (minutos)
(14,15,9,36,71,7)	62	26
	N9	26
	14	26
	N90	26
	36	25
	9	23
	15	23

Líneas menor duración (<16 min.)	LINEA	DURACIÓN (minutos)
(5,N7,80)	5	14
	17	15

Año 2009

Media: **19,4 minutos** → **4,6 km**

(20,1)

(4,8)

Unidad: Porcentaje y media
Base: Total muestra (7.512)

Duración del viaje en EMT
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

Características de los usuarios

- Duración del viaje por línea -

56

Duración del viaje (%) y media					
LÍNEA	Menos de 10	Entre 11-20	Entre 21-30	Más de 30	Media
1	28	49	16	7	18,3
2	22	42	24	12	21,1
3	16	50	24	10	21,6
4	19	47	27	7	20,4
5	38	60	1	1	13,5
6	15	57	24	4	19,4
7	14	61	19	6	20,5
8	15	50	26	9	21,5
9	24	33	23	20	23,4
10	13	61	16	10	20,6
11	16	55	23	6	20,1
12	30	47	14	9	18,4
13	23	60	16	1	17,8
14	16	26	34	24	26,2
15	19	41	24	16	23,1

Duración del viaje (%) y media					
LÍNEA	Menos de 10	Entre 11-20	Entre 21-30	Más de 30	Media
16	22	55	20	3	19,0
17	31	61	8	0	15,1
18	12	72	14	2	18,0
19	15	50	26	9	21,4
26	20	40	25	15	22,0
27	17	61	17	5	19,3
28	29	51	16	4	17,9
29	18	49	25	8	20,5
30	28	49	18	5	18,4
31	17	52	19	12	21,3
32	28	50	16	6	17,8
35	14	74	11	1	17,6
36	10	41	27	22	24,8
40	21	63	10	6	17,8
41	32	49	18	1	16,9

Duración del viaje (%) y media					
LÍNEA	Menos de 10	Entre 11-20	Entre 21-30	Más de 30	Media
60	17	67	15	1	17,7
61	25	58	16	1	16,8
62	20	45	16	19	26,5
63	20	51	25	4	19,5
64	24	55	19	2	18,1
70	21	60	13	6	18,4
71	27	47	12	14	20,6
72	23	59	15	3	17,3
73	25	53	19	3	18,2
79	20	69	10	1	16,2
80	31	55	13	1	16,1
81	30	52	17	1	17,3
89	12	60	19	9	20,6
90	19	54	20	7	20,0
95	31	51	16	2	16,3

Duración del viaje (%) y media					
LÍNEA	Menos de 10	Entre 11-20	Entre 21-30	Más de 30	Media
N1	18	63	12	7	18,0
N2	36	60	0	4	16,7
N3	9	74	13	4	20,5
N4	31	56	10	3	16,5
N5	23	67	7	3	16,4
N6	3	94	0	3	18,7
N7	21	53	21	5	18,6
N8	27	52	15	6	18,3
N9	13	26	21	40	26,4
N10	24	52	21	3	18,3
N89	11	63	23	3	19,7
N90	8	40	26	26	25,7
TOTAL	21	53	19	7	19,4

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea y media

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:

 Valor superior a la media

 Valor inferior a la media

Características de los usuarios

- Lugar de residencia por línea -

57

Lugar de residencia (%)											
LÍNEA	Ciudad de Valencia	Resto									
1	89	11	16	89	11	60	95	5	N1	95	5
2	87	13	17	85	15	61	91	9	N2	86	14
3	87	13	18	91	9	62	76	24	N3	71	29
4	87	13	19	92	8	63	55	45	N4	65	35
5	84	16	26	91	9	64	89	11	N5	100	0
6	92	8	27	60	40	70	70	30	N6	90	10
7	79	21	28	93	7	71	88	12	N7	95	5
8	92	8	29	71	29	72	93	7	N8	90	10
9	81	19	30	93	7	73	99	1	N9	90	10
10	93	7	31	80	20	79	87	13	N10	87	13
11	89	11	32	96	4	80	85	15	N89	89	11
12	96	4	35	65	35	81	90	10	N90	96	4
13	93	7	36	46	54	89	93	7	TOTAL	87	13
14	89	11	40	75	25	90	95	5			
15	95	5	41	84	16	95	88	12			

Unidad: Porcentaje sobre total entrevistas en cada línea

DIFERENCIAS ESTADÍSTICAMENTE SIGNIFICATIVAS:
 Valor superior a la media
 Valor inferior a la media

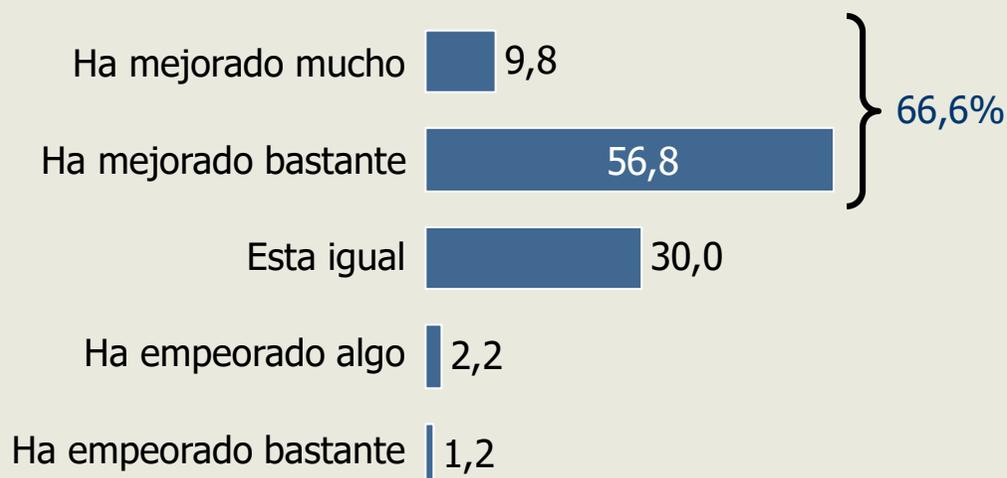
5. Valoración de las herramientas y servicios de EMT

Valoración de las herramientas y servicios de EMT

- Evolución EMT y títulos EMT a incorporar -

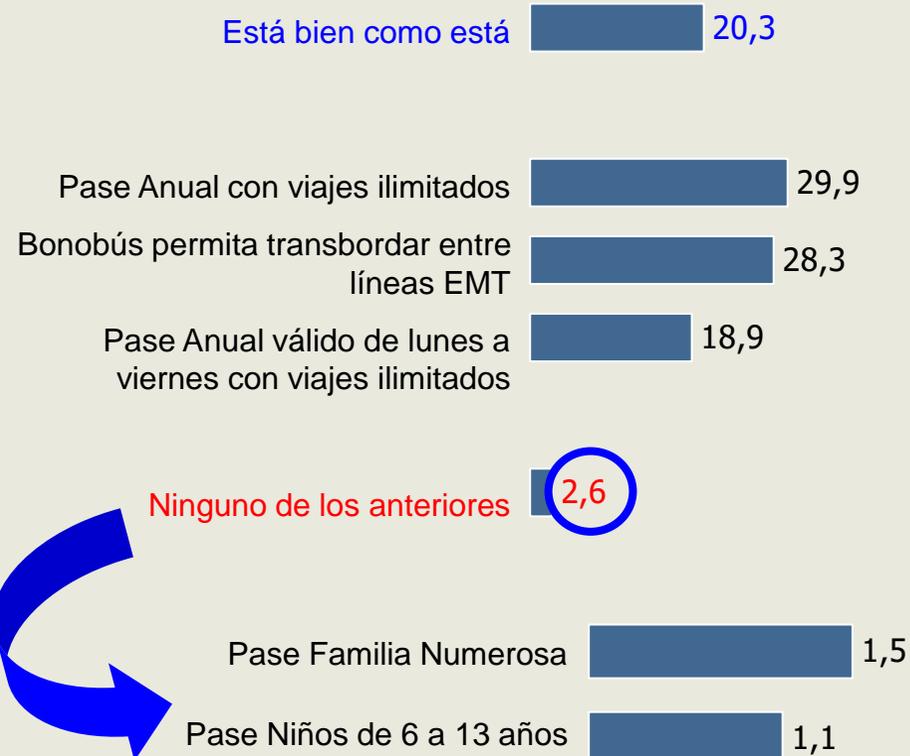
59

Evolución últimos 2 años



Unidad: Porcentaje
Base: Total contestan (1.252)

Títulos debería incorporar



P.3.- ¿Cree que ha evolucionado EMT en los últimos DOS años? (Ent= Leer la escala alternando el orden)

P.9.- ¿Cuál de los siguientes títulos le gustaría que EMT incorporase en su estructura?

Valoración de las herramientas y servicios de EMT

- Valoración y jerarquización de las novedades EMT-

60

Novedades en EMT

Valoración

Expandir sistema de Paneles electrónicos



8,54

Combustibles ecológicos



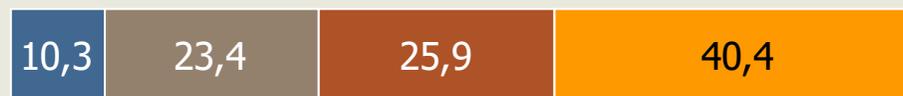
8,43

Sistema Tarjeta Inteligente



8,25

Calidad Certificada según Norma Europea



7,65

■ 1ª posición

■ 2ª posición

■ 3ª posición

■ 4ª posición

Unidad: Porcentaje y Valoración (0 a 10; donde 0 muy mal y 10 muy bien)

Base: Total contestan (1.252)

Por favor, valore de 0 a 10 las siguientes novedades sobre las que EMT VALENCIA ha estado trabajando

P.4.- En tener toda la flota de vehículos adaptada a combustibles ecológicos

P.5.- En garantizar a más del 50% de sus clientes un servicio de Calidad Certificada según Norma Europea

P.6.- En introducir el sistema de Tarjeta Inteligente a su estructura de billeteaje

P.7.- En expandir el sistema de Paneles electrónicos con tiempos de llegada de los autobuses

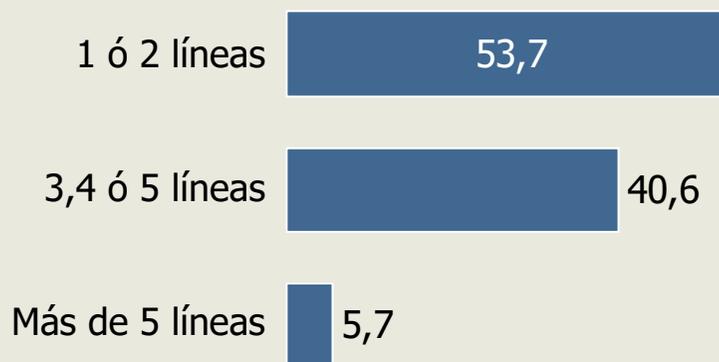
P.8.- Dígame por favor qué orden de IMPORTANCIA le asigna a estos 4 proyectos

Valoración de las herramientas y servicios de EMT

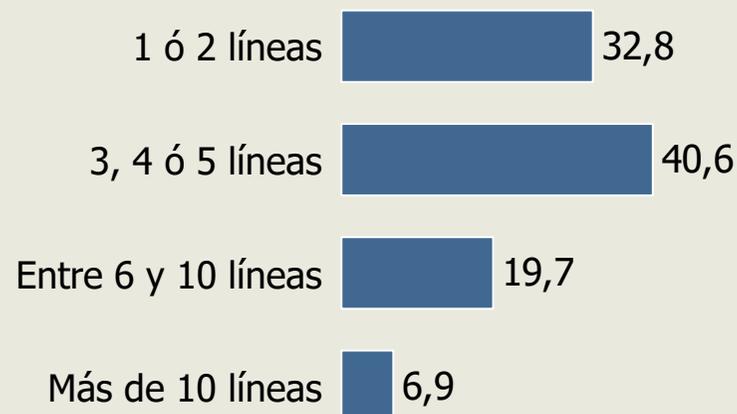
- Conocimiento- uso de las líneas EMT y Valoración empresa EMT -

61

Nº líneas utiliza normalmente



Nº líneas cree que conoce el recorrido



Valoración de la empresa EMT en su conjunto

7,21

Unidad: Porcentaje y valoración
Base: Total contestan (1.252)

P.10.- ¿Cuántas líneas de EMT usa normalmente?

P.11.- ¿De cuántas líneas de EMT cree que conoce aproximadamente el recorrido?

P.12.- Valóreme la empresa EMT en su CONJUNTO (Escala de 0 a 10 puntos)

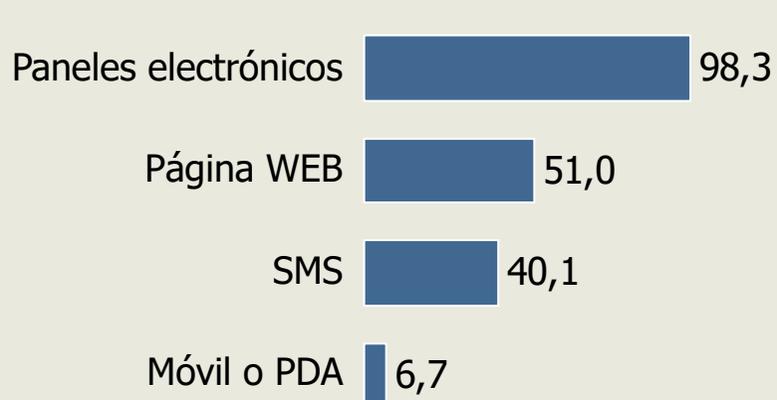
Valoración de las herramientas y servicios de EMT

- Conocimiento y jerarquización de las herramientas ofrecidas en EMT-

62

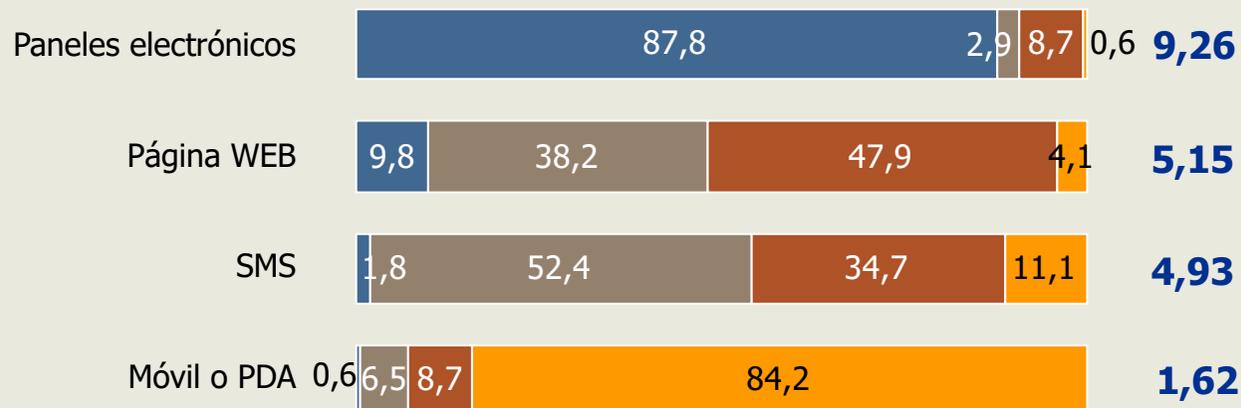
Herramientas ofrecidas en EMT

Conocidas



Valoración

Valoración



■ 1ª posición

■ 2ª posición

■ 3ª posición

■ 4ª posición

Unidad: Porcentaje y valoración (donde posición 1=10; 2ª= 6,66; 3ª= 3,33 y 4ª= 1)

Base: Total contestan (1.252)

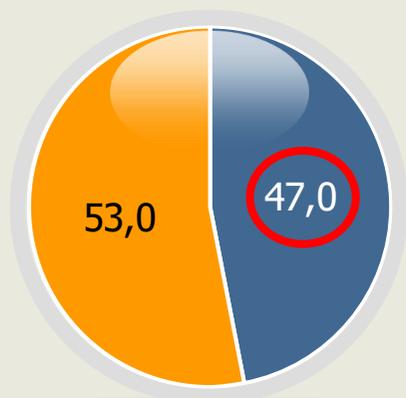
P.13.- ¿Cuál de las siguientes herramientas que ofrece EMT para saber la situación de cada autobús conoce?

P.14.- Jerarquizar poniendo un 1 en la mejor valorada, un 2 en la 2ª, un 3 en la 3ª y un 4 en la menos valorada

Valoración de las herramientas y servicios de EMT

- Valoración tiempo en espera SMS y conocimiento página WEB -

Conoce página WEB de EMT



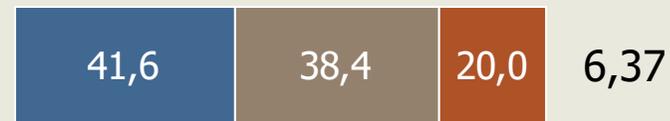
■ Sí ■ No



En 2006, un 20,7% había visitado la página WEB en alguna ocasión

Unidad: Porcentaje y valoración
Base: Total contestan (1.252)

Valoración tiempo espera SMS



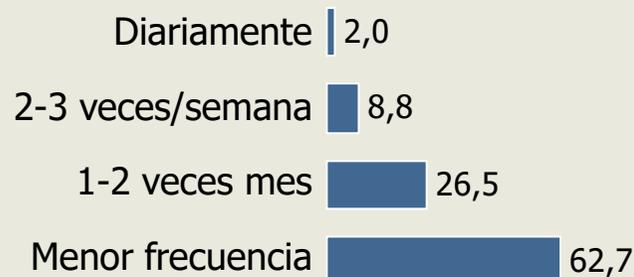
■ Aceptación (7+8+9+10) ■ Indiferencia (5+6) ■ Rechazo (0+1+2+3+4)

Valoración página WEB



■ Aceptación (7+8+9+10) ■ Indiferencia (5+6) ■ Rechazo (0+1+2+3+4)

Frecuencia de visitas a la página WEB



P.15.- Valóreme por favor el servicio de información de tiempo en espera por SMS (mensaje de Móvil) en una escala de 0 a 10 puntos

P.16.- ¿Conoce nuestra página WEB? Valóremela en una escala de 0 a 10 puntos. ¿Con qué frecuencia la visita?

() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

6. Jerarquía de importancia

Jerarquía de importancia

- Explicación metodológica -

65

- El **Análisis de Regresión Múltiple** mide la influencia que la valoración de cada atributo/factor tiene sobre la Valoración Global del cliente (EMT). Al trabajar con varios atributos se hace difícil obtener información en el análisis de regresión múltiple porque normalmente son muy pocos los atributos que concentran la explicación de la Valoración Global.
- Por este motivo se realiza un **Análisis Factorial** que permite agrupar los atributos en factores. Así, previamente al Análisis de Regresión se ha realizado un Análisis Factorial.
- Uniendo los resultados de la Regresión y del Factorial, se asigna a cada atributo un efecto en función del peso que tiene sobre cada factor y del efecto de cada factor sobre la Valoración Global. Como resultado de este tratamiento, se obtiene la Jerarquía de Importancia de los atributos.

Jerarquía de importancia

- Resultados del análisis factorial: Solución de 8 factores -

66

FACTOR	ATRIBUTO
COMPROMISO DE EMT	Regularidad de Paso
	Frecuencia de paso
	Puntualidad de paso
	Compromiso EMT calidad servicio
COMODIDAD A BORDO	Seguridad a bordo (vehículo)
	Ausencia Anomalías
	Ausencia movimientos bruscos (frenazos)
	Confort general del viaje
	Limpieza del autobús
INFORMACIÓN A BORDO	Información en parada
	Inf. a bordo (aviso de parada)
	Otra inf. a bordo (adhesivos y avisos)

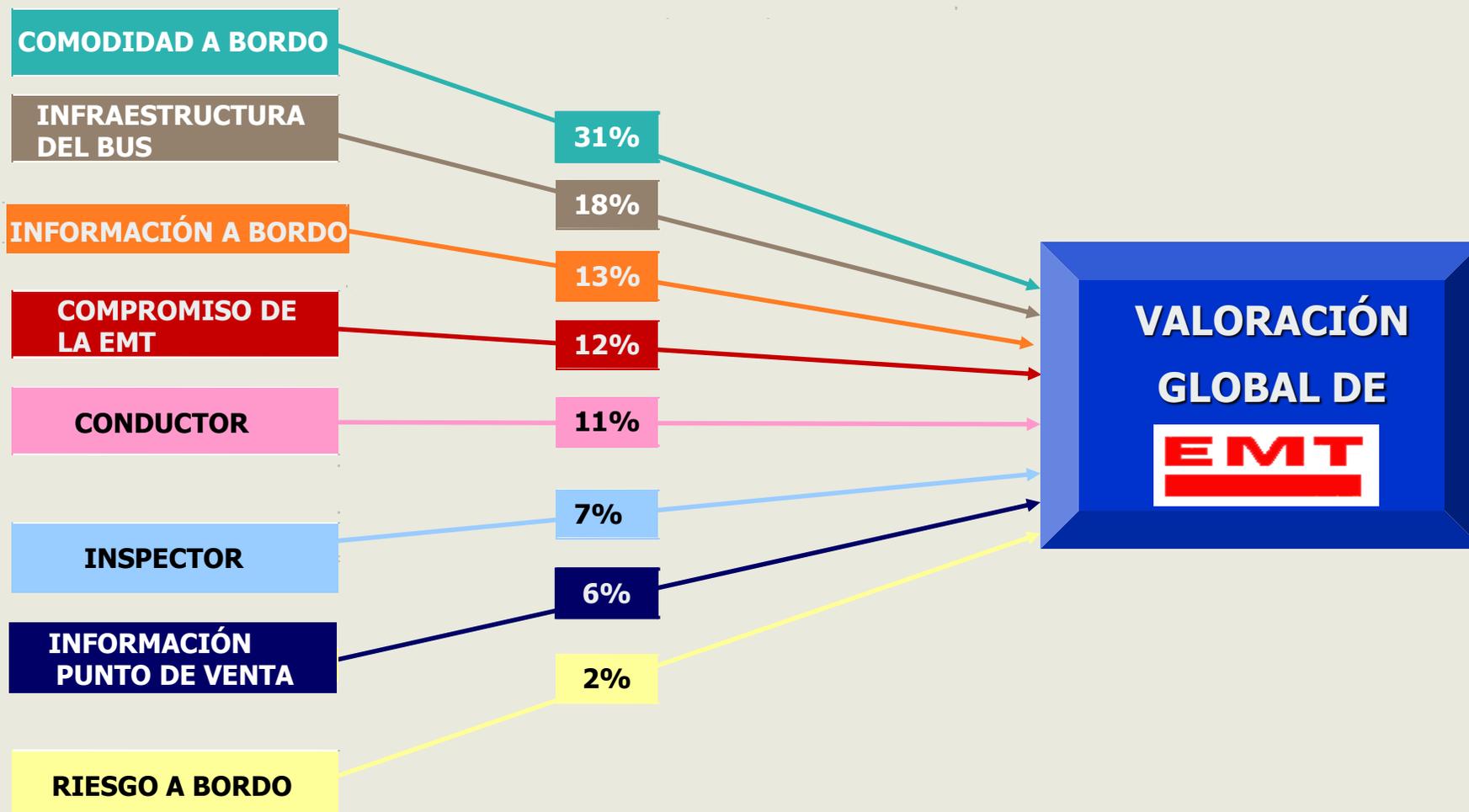
FACTOR	ATRIBUTO
INSPECTOR	Atención y amabilidad
	Información que facilitan
CONDUCTOR	Atención y amabilidad
	Información que facilitan
INFRAESTRUCTURA DEL AUTOBÚS	Accesibilidad al bus
	Compromiso medio Ambiente
	Calidad del Autobús
INFORMACIÓN PTO VENTA	Información en puntos de venta
RIESGO A BORDO	Riesgo de que te molesten

Jerarquía de importancia

- Incidencia de la valoración de los Factores en la Valoración Global de EMT-

Análisis de
Regresión
Múltiple

67



Unidad: Porcentaje (peso de las B de la función de regresión múltiple correspondiente)

Jerarquía de importancia

- Jerarquía de importancia de atributos -

68

Nº	ATRIBUTOS	FACTOR	ANÁLISIS DE REGRESIÓN		Importancia Declarada
			LISREL	POSICIÓN	
2	Compromiso EMT con medio ambiente	Infraestructura	0,1354	1	8,17
18	Ausencia de movimientos bruscos	Comodidad	0,1326	2	8,63
16	Sensación de seguridad durante el viaje	Comodidad	0,1225	3	8,56
3	Accesibilidad al autobús	Infraestructura	0,1135	4	8,10
15	Ausencia de anomalías en la línea	Comodidad	0,1131	5	8,35
1	Calidad del autobús	Infraestructura	0,1117	6	8,17
12	Atención y amabilidad por parte del conductor	Conductor	0,1093	7	7,97
17	Confort general del viaje	Comodidad	0,1072	8	8,39
8	Información en los puntos de venta	Inf, punto de venta	0,1033	9	7,04
7	Información facilitada por el conductor	Conductor	0,1014	10	7,84
14	Limpieza interior	Comodidad	0,0942	11	8,21
4	Información en las paradas	Información a bordo	0,0927	12	8,28
5	Información a bordo del vehículo	Información a bordo	0,0844	13	7,84
10	Frecuencia de paso	Compromiso EMT	0,0760	14	9,05
9	Puntualidad de paso	Compromiso EMT	0,0749	15	8,24
11	Regularidad de paso	Compromiso EMT	0,0749	16	9,05
13	Información facilitada por los inspectores	Inspector	0,0740	17	7,16
6	Otra información a bordo del autobús	Información a bordo	0,0728	18	7,39
21	Compromiso EMT con la calidad del servicio que ofrece	Compromiso EMT	0,0567	19	8,22
20	Atención y amabilidad por parte de los inspectores	Inspector	0,0540	20	7,40
19	Riesgo de sufrir un robo	Riesgo a bordo	0,0316	21	8,35

Jerarquía de importancia

- Jerarquía de importancia y selección de atributos clave -

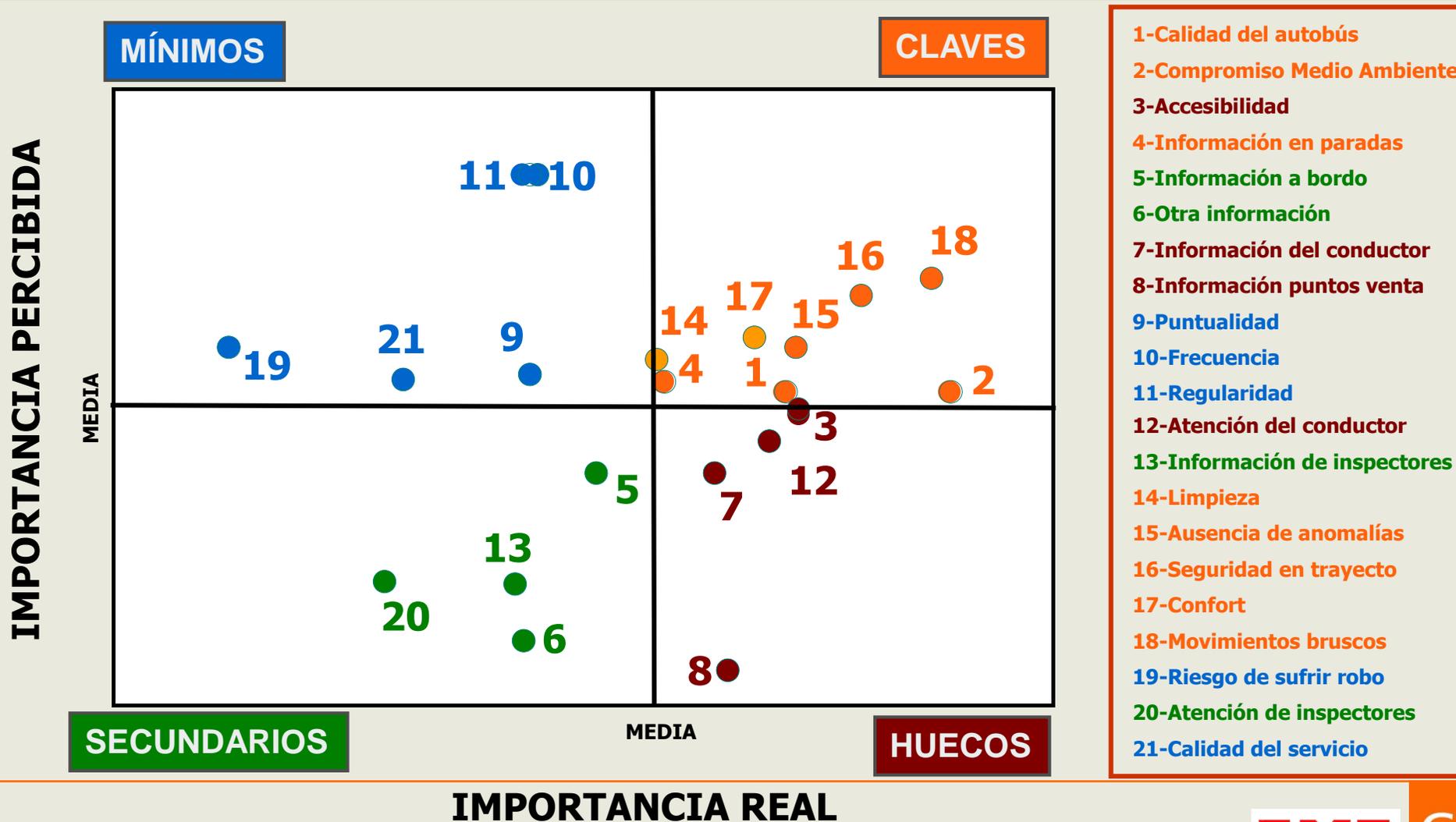
69



Nota: Los cuadrantes se determinan a partir de los valores medios de las 2 variables

Jerarquía de importancia

- Jerarquía de importancia -

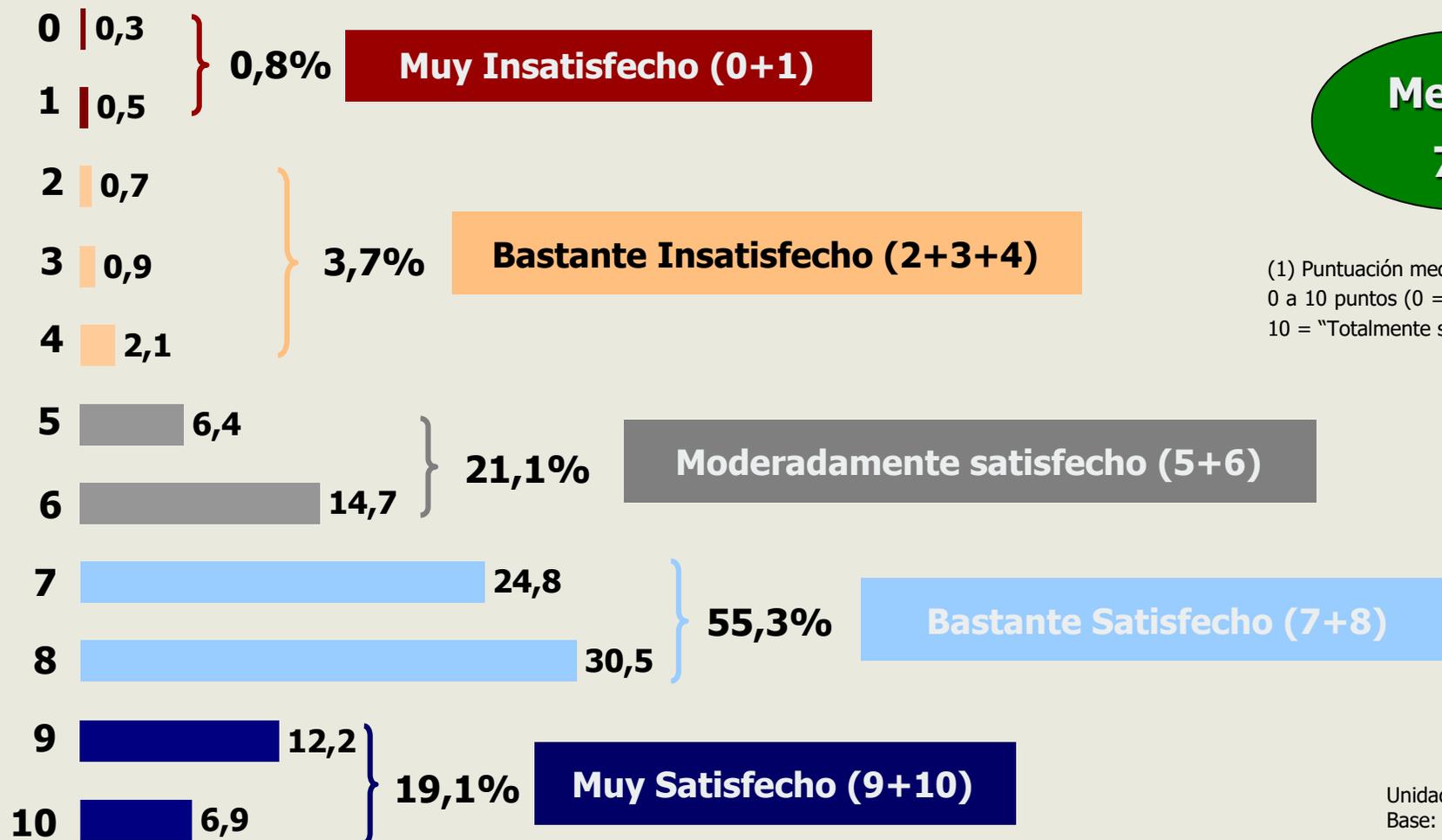


7. Valoración Global y por atributos

Valoración Global y por atributos

- Media independiente -

72



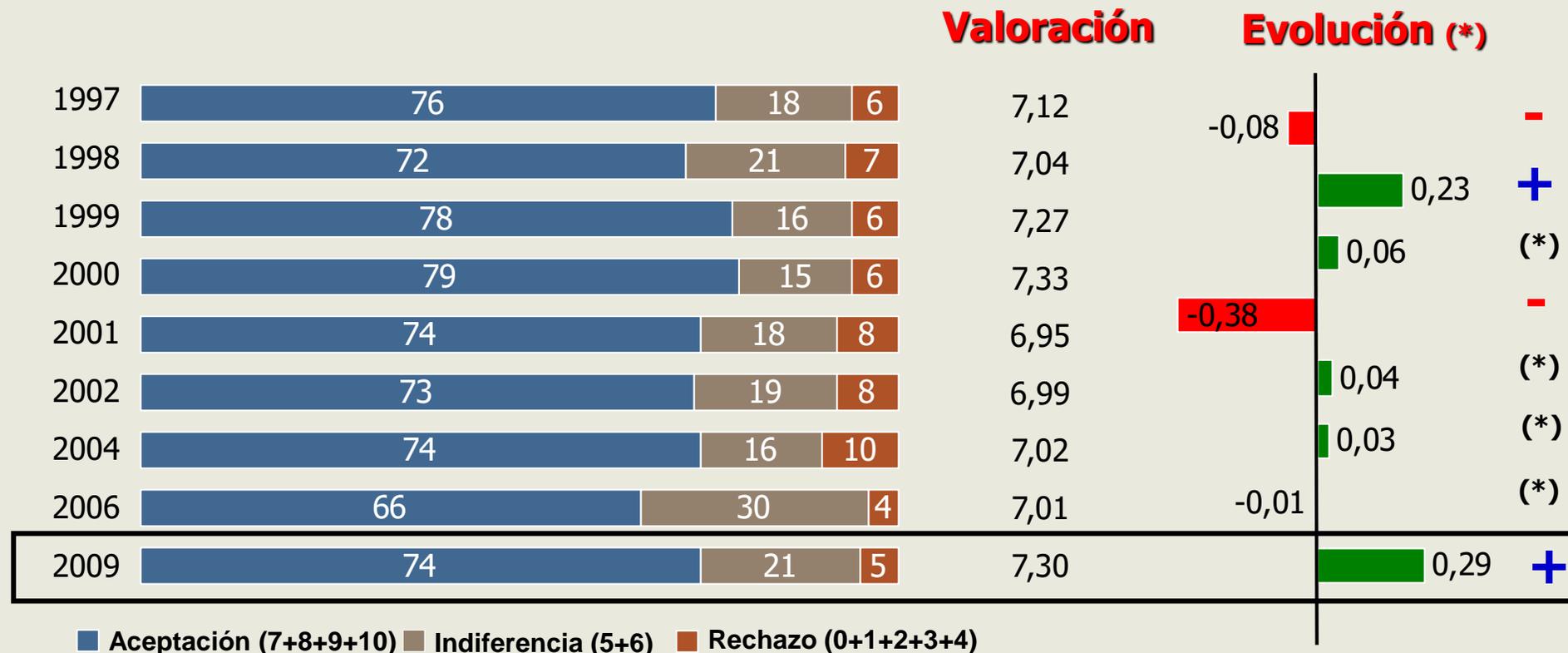
Unidad: Porcentaje y Media
Base: Total muestra (7.512)

P.18.- ¿Cómo valoraría de forma GLOBAL el servicio de esta línea?

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global con las líneas de EMT -

73



Unidad: Porcentaje, media de valoración y evolución de la puntuación
 (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
 Base: Total muestra (7.512)

P.18.- ¿Cómo valoraría de forma GLOBAL el servicio de esta línea?

+/- Diferencia significativa **positiva** / **negativa** respecto a la medición anterior (95% significatividad, t de Student)

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT por variables -

74

Valoración Global EMT

7,30 (7,01)

Tipo de billete

Bono Oro 7,47 **+** (6,99)

B. Ordinario 7,46 **+** (7,29)

Abono Transporte Zonas 7,44 **+** (6,98)

Bono Transporte Jove 7,38

Bono 10 7,32 (7,09)

Bono Bus 7,19 **-** (6,91)

Motivo del viaje

Visita turística 7,95 **+**
Visita familiar amigo 7,50 **+**
Gestiones 7,35

Ocio 7,33 (7,04)

Compras 7,32 (6,95)

Visitar al médico 7,29 (7,23)

Ir al trabajo 7,26 (6,92)

Estudios 7,18 **-** (7,01)

Unidad: Puntuación media en una escala de 0 (muy mal) a 10 puntos (muy bien)

Base: Total muestra (7.512) y cada una de las variables

P.18.- ¿Cómo valoraría de forma GLOBAL el servicio de esta línea?
 () Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

+/- Diferencia significativa **positiva** / **negativa** respecto a la valoración global (95% significatividad, t de Student)

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT por variables -

75

Valoración Global EMT **7,30** (7,01)

Nivel de Estudios

Menos que primarios **7,63** + (7,12)

Primarios (EGB) **7,54** + (7,08)

FP-BUP-COU **7,27** (7,11)

Univ. Medio **7,11** - (6,91)

Univ. Superior **7,06** - (6,74)

Ocupación

Jubilado **7,56** + (7,08)

Ama de casa **7,31** (7,07)

Estudiante **7,26** (7,13)

Parado **7,43** (7,12)

Trabaja **7,24** (6,95)

Edad / Nacionalidad

14-25 años **7,32** (7,10)

26-35 años **7,34** (7,04)

36-50 años **7,19** - (6,92)

Más de 50 años **7,34** (6,96)

Extranjero **7,78** + (7,58)

Español **7,23** (6,93)

Unidad: Puntuación media en una escala de 0 (muy mal) a 10 puntos (muy bien)

Base: Total muestra (7.512) y cada una de las variables

P.18.- ¿Cómo valoraría de forma GLOBAL el servicio de esta línea?
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

+/- Diferencia significativa **positiva** / **negativa** respecto a la valoración global (95% significatividad, t de Student)

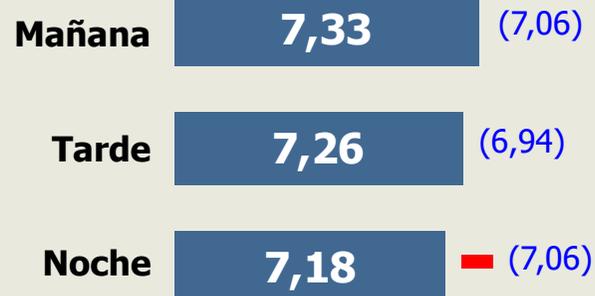
Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT por variables -

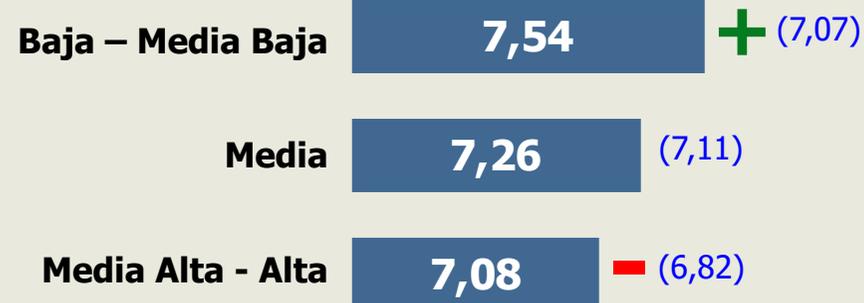
76

Valoración Global EMT **7,30** (7,01)

Franja horaria



Clase social



Unidad: Puntuación media en una escala de 0 (muy mal) a 10 puntos (muy bien)

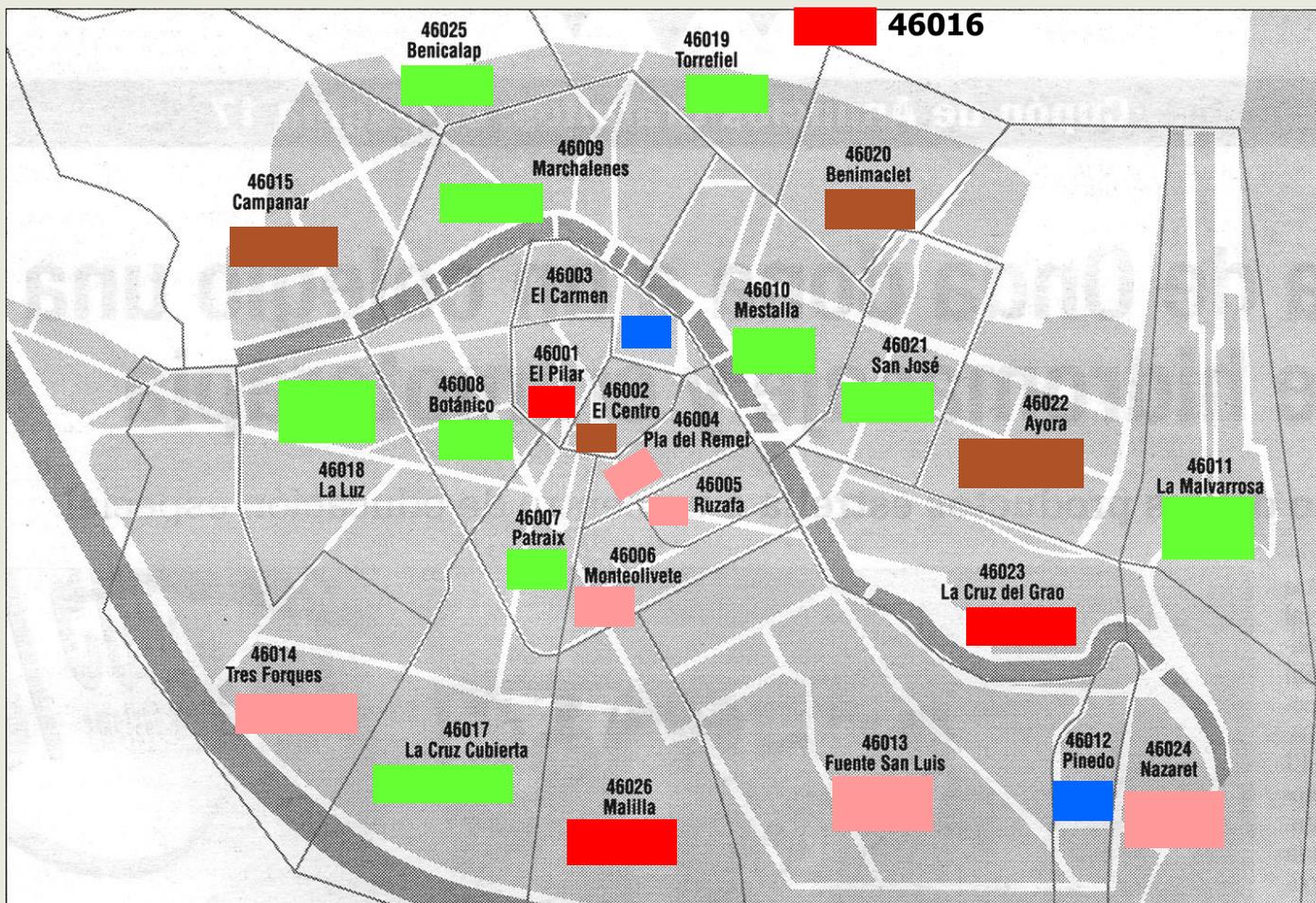
Base: Total muestra (7.512) y cada una de las variables

P.18.- ¿Cómo valoraría de forma GLOBAL el servicio de esta línea?
() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

+/- Diferencia significativa **positiva** / **negativa** respecto a la valoración global (95% significatividad, t de Student)

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT por distritos postales -



- Las zonas con mayor nivel de satisfacción son Ayora, el Centro, Benimaclet y Campanar.
- Los más insatisfechos son el CP 46016, la zona Malilla, el Pilar y la Cruz del Grao.

- Resto provincia de Valencia
- Resto Comunidad Valenciana
- Fuera de la C. Valenciana



Unidad: Caracterización de distritos postales en función de la media de valoración obtenida (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Total muestra (7.512)

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT por variables significativas -

78

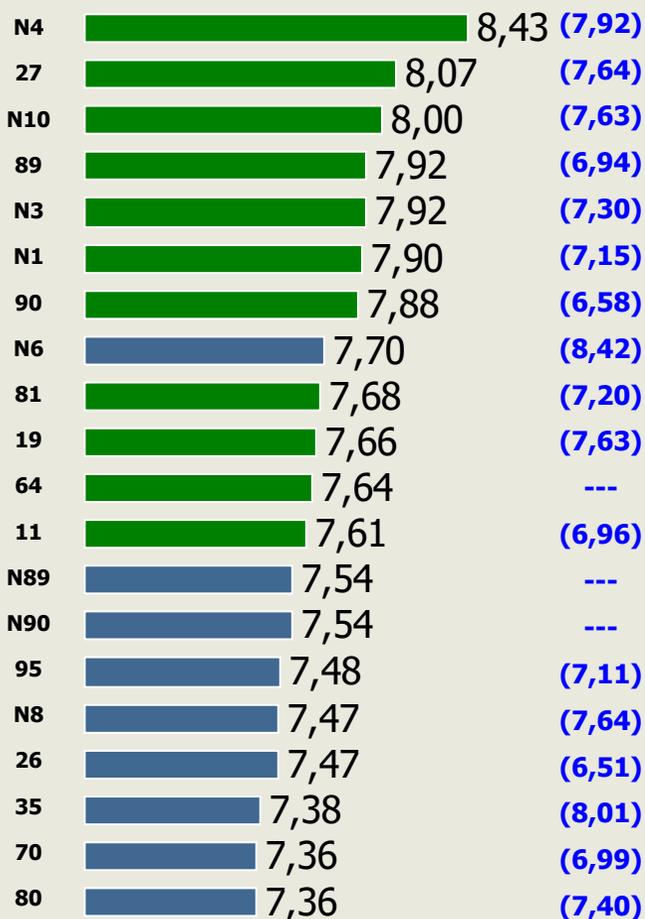
VALOR PEOR	VARIABLE	VALOR MEJOR
Bono Bus	TIPO DE BILLETE	B.Ordinario/ Bono Oro/ A.Transporte
Estudios	MOTIVO VIAJE	Visita familiar- amigo/ Visita turística
Universitarios Medios y Superiores	ESTUDIOS	Menos de Primaria/ Primaria (EGB)
---	OCUPACIÓN	Jubilado
De 36 a 50 años	EDAD	---
---	NACIONALIDAD	Extranjero
Noche	FRANJA HORARIA	---
Alta- Media Alta	CLASE SOCIAL	Baja- Media Baja
El Pilar/El Carmen/Pinedo/Tres Forques/ 46016/ La Cruz al Grao	DISTRITO POSTAL	Ayora

(*) NOTA: En este cuadro se indican para cada variable aquellos valores estadísticamente significativos respecto al total (signif=95,5%, Estadístico=t de Student)

Valoración Global y por atributos

- Satisfacción Global EMT, jerarquía por líneas -

Muy satisfechos



Poco satisfechos



79

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Total muestra (7.512)

() Datos obtenidos en el ISC Diciembre 2006

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto al total

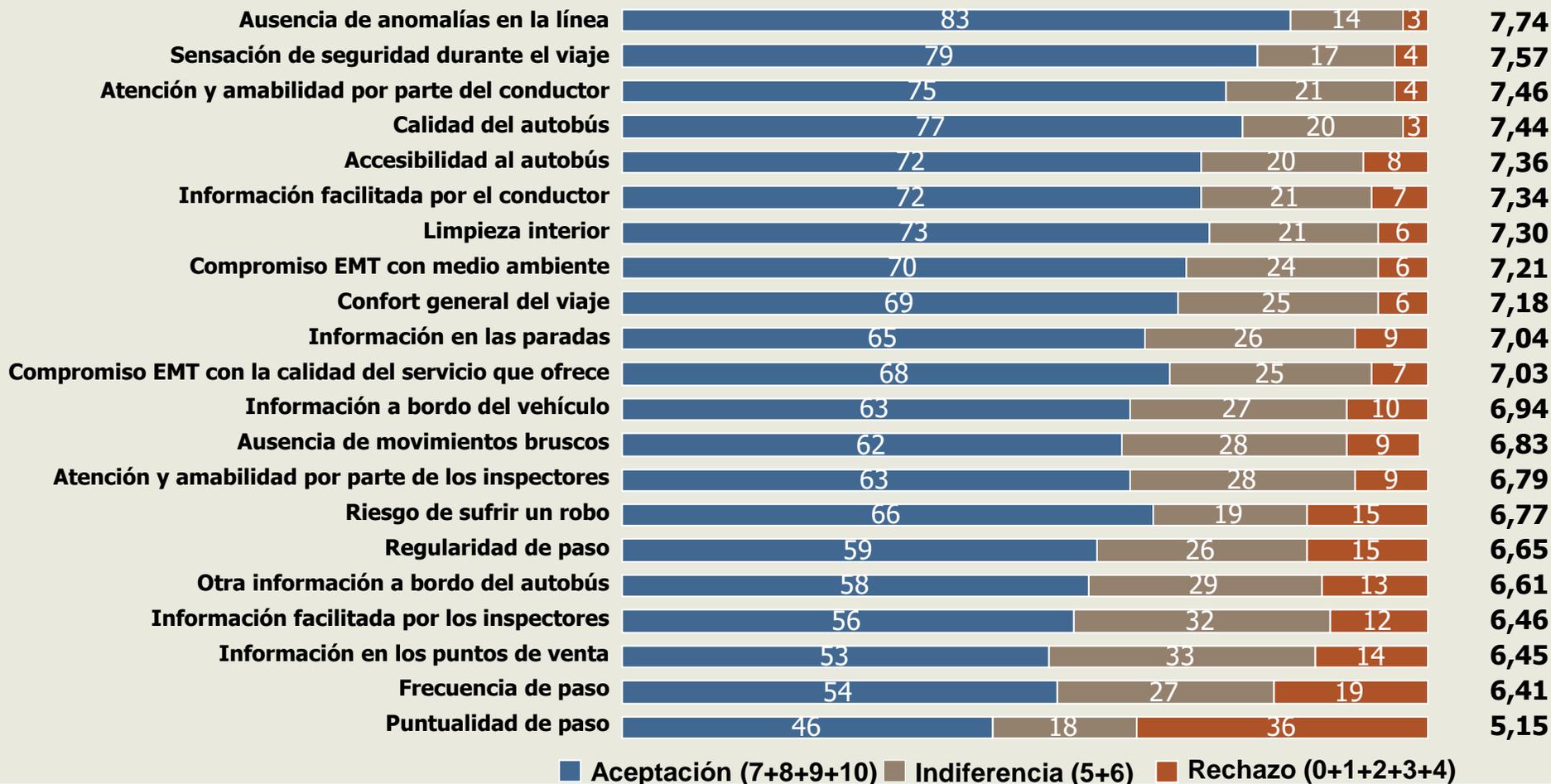
■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto al total

EMT

GfK

Valoración Global y por atributos

- Valoración de EMT por atributos -

Valoración 80


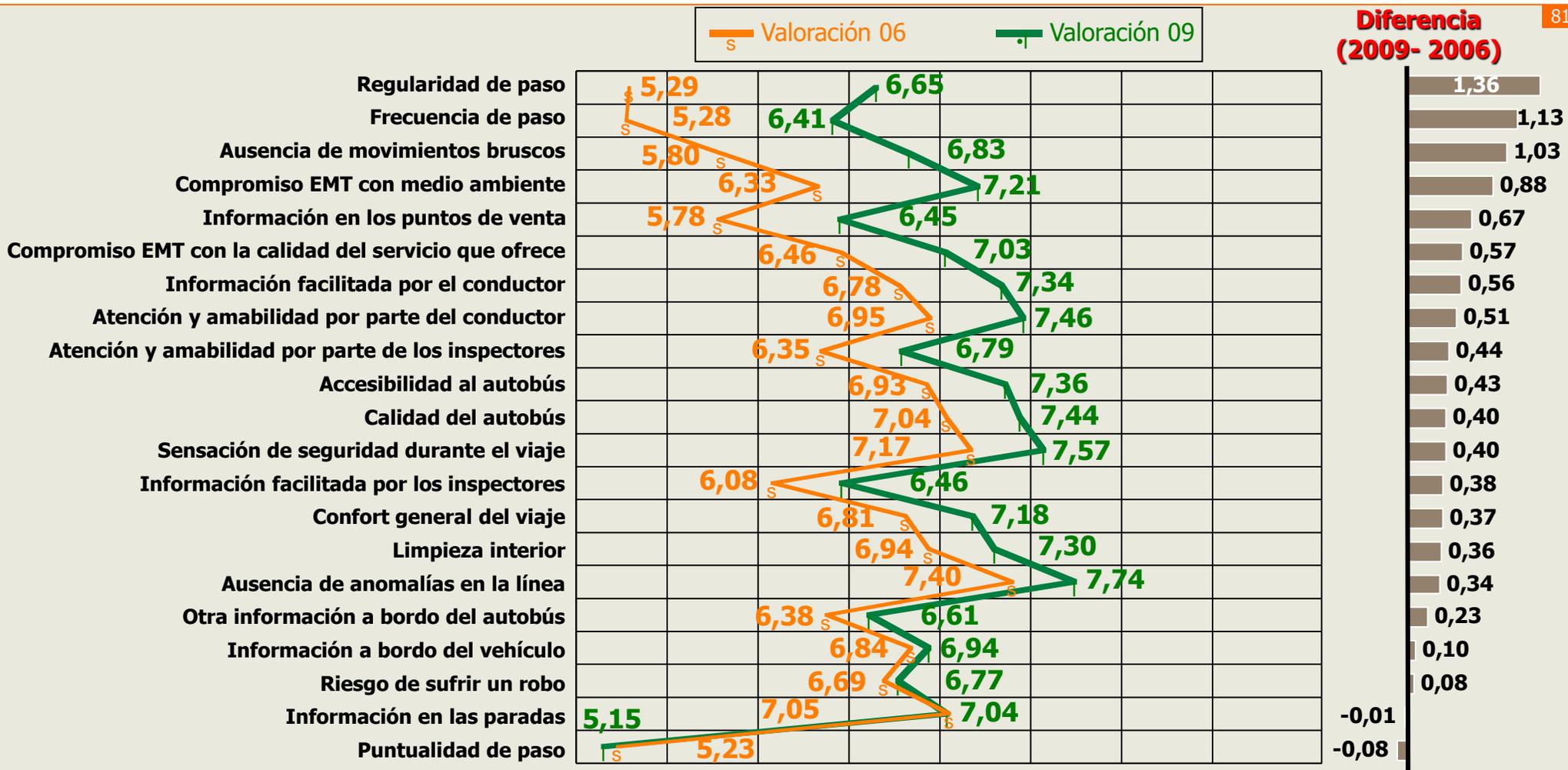
Unidad: Porcentaje acumulado de puntuaciones 10+9+8+7,6+5, 4+3+2+1+0

Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Total muestra (7.512)

Valoración Global y por atributos

- GAP Valoración 2009/2006 -



Unidad: Diferencia la valoración de los 21 atributos 2009-2006

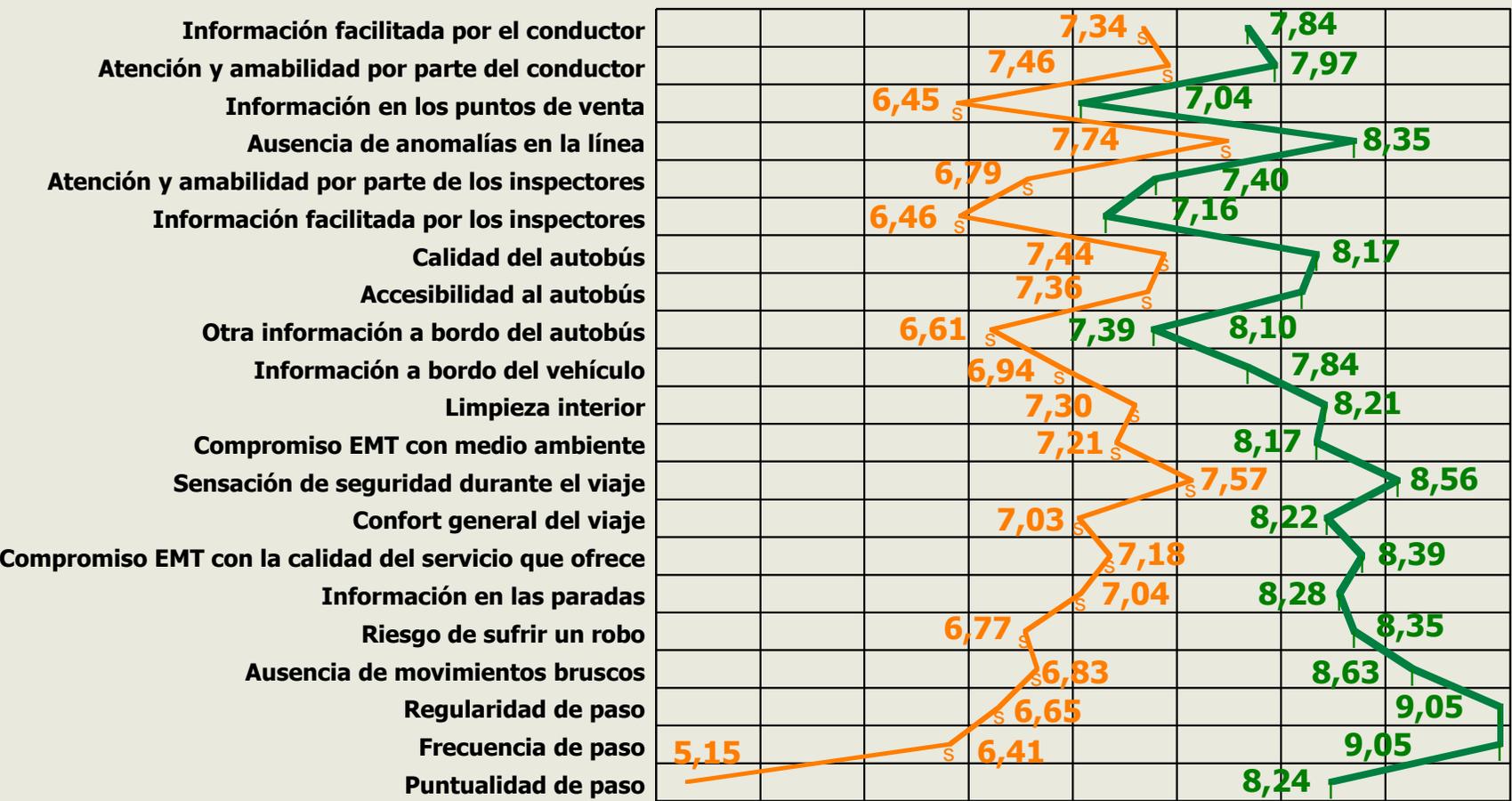
Base: Total muestra (7.512)

Valoración Global y por atributos

- GAP Importancia/Valoración -



Diferencia (Imp- Val)



Unidad: Diferencia entre la importancia y la valoración de los 21 atributos

Base: Total muestra (7.512)



Jerarquía de importancia

- Diagnóstico de satisfacción -

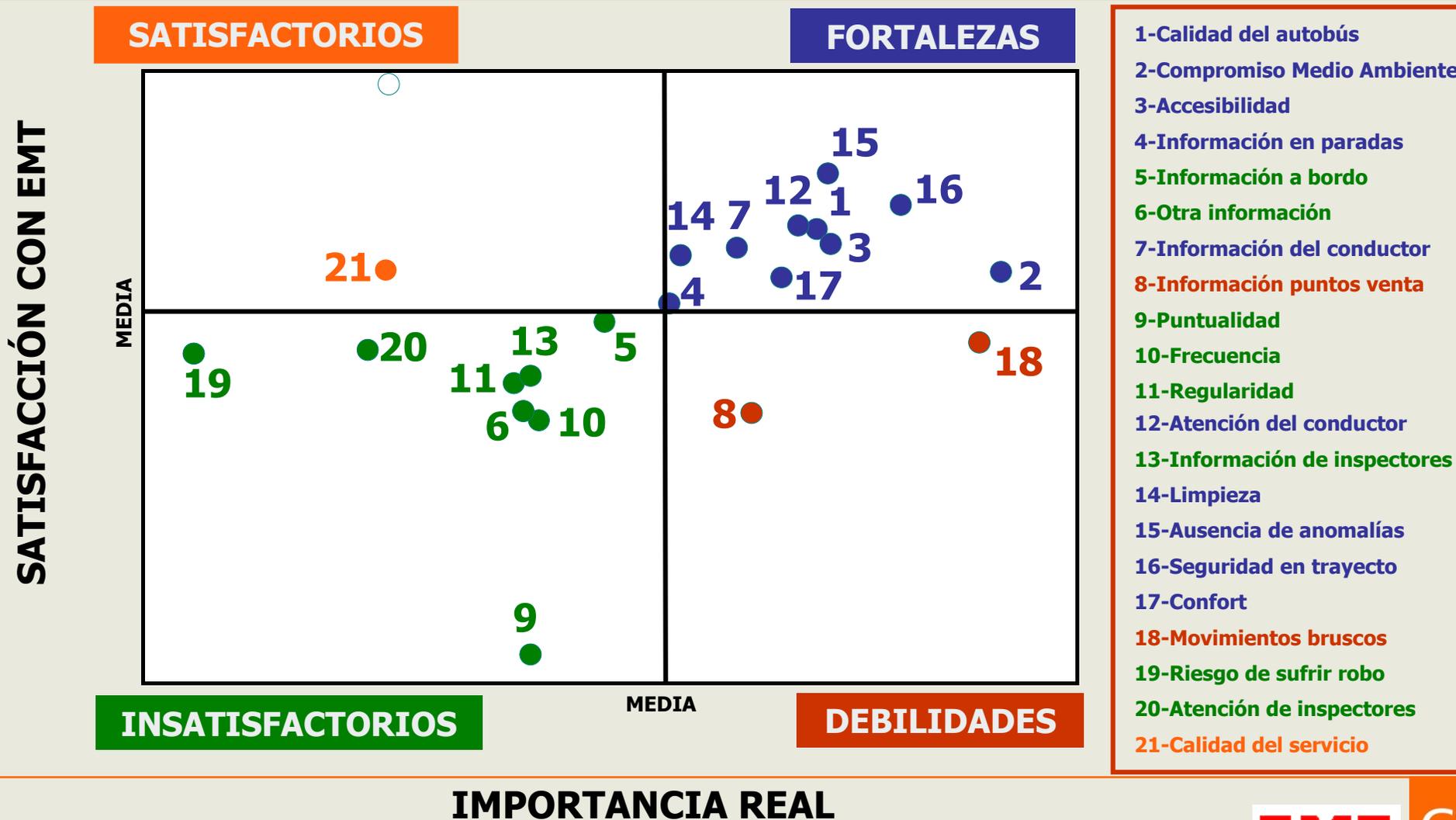
Diagnóstico: Posición de EMT en los atributos

SATISFACCIÓN CON EMT	"SATISFACTORIOS" <i>MÍNIMA IMPORTANCIA PERCIBIDA Y ELEVADA SATISFACCIÓN CON EMT</i>	"FORTALEZAS" <i>ELEVADA IMPORTANCIA PERCIBIDA Y ELEVADA SATISFACCIÓN CON EMT</i>
	"INSATISFACTORIOS" <i>MÍNIMA IMPORTANCIA PERCIBIDA Y MÍNIMA SATISFACCIÓN CON EMT</i>	"DEBILIDADES" <i>ELEVADA IMPORTANCIA PERCIBIDA Y MÍNIMA SATISFACCIÓN CON EMT</i>
	IMPORTANCIA REAL	

NOTA: El eje lo determina las MEDIAS.

Jerarquía de importancia

- Diagnóstico de satisfacción -



Jerarquía de importancia

- Diagnóstico- Recomendaciones -

85

Nº	ATRIBUTOS	IMPORTANCIA 09	VALORACIÓN 09	RECOMENDACIÓN 09
1	Calidad del autobús	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
2	Compromiso EMT con medio ambiente	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
3	Accesibilidad al autobús	HUECO	FORTALEZA	Mantener
4	Información en las paradas	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
5	Información a bordo del vehículo	SECUNDARIO	INSATISFACTORIOS	Vigilar
6	Otra información a bordo del autobús	SECUNDARIO	INSATISFACTORIOS	Vigilar
7	Información facilitada por el conductor	HUECO	FORTALEZA	Mantener
8	Información en los puntos de venta	HUECO	DEBILIDAD	Mejorar
9	Puntualidad de paso	MINIMO	INSATISFACTORIOS	Mejorar
10	Frecuencia de paso	MINIMO	INSATISFACTORIOS	Mejorar
11	Regularidad de paso	MINIMO	INSATISFACTORIOS	Mejorar
12	Atención y amabilidad por parte del conductor	HUECO	FORTALEZA	Mantener
13	Información facilitada por los inspectores	SECUNDARIO	INSATISFACTORIOS	Vigilar
14	Limpieza interior	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
15	Ausencia de anomalías en la línea	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
16	Sensación de seguridad durante el viaje	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
17	Confort general del viaje	CLAVE	FORTALEZA	Mantener
18	Ausencia de movimientos bruscos	CLAVE	DEBILIDAD	Mejorar
19	Riesgo de sufrir un robo	MINIMO	INSATISFACTORIOS	Mejorar
20	Atención y amabilidad por parte de los inspectores	SECUNDARIO	INSATISFACTORIOS	Vigilar
21	Compromiso EMT con la calidad del servicio que ofrece	MINIMO	SATISFACTORIO	Vigilar

Jerarquía de importancia

- Valoración de atributos por línea -

ATRIBUTOS	LÍNEAS												MEDIA ATRIBUTOS
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
Calidad del autobús	7,71	7,21	7,13	7,07	7,38	7,36	7,35	6,97	7,37	7,64	7,54	7,04	7,44
Compromiso medio ambiente	7,75	7,17	7,08	6,78	6,64	7,24	7,06	6,93	7,08	7,52	7,40	7,52	7,21
Accesibilidad	7,64	7,06	7,31	7,07	6,73	7,01	7,00	7,02	7,57	7,10	7,59	7,43	7,36
Información en paradas	7,32	7,06	7,04	7,04	7,05	7,20	6,59	6,90	7,00	6,95	7,23	7,58	7,04
Información a bordo	7,70	6,99	6,81	6,79	6,91	6,82	7,37	6,98	7,09	6,49	7,07	7,40	6,94
Otra información	7,22	6,49	6,42	5,74	5,97	6,49	6,39	6,77	6,62	6,27	7,08	7,38	6,61
Información del conductor	7,69	7,19	7,17	6,31	7,03	7,44	7,22	7,14	7,54	7,60	7,43	7,88	7,34
Información en puntos de venta	6,61	6,59	6,63	5,99	5,56	6,39	6,52	6,97	6,72	6,21	6,99	7,16	6,45
Puntualidad													5,15
Frecuencia	6,40	6,48	6,68	5,75	7,21	5,98	5,90	5,49	6,34	5,36	6,86	5,53	6,41
Regularidad	6,70	6,72	6,64	6,31	7,48	6,04	6,33	5,88	6,43	6,18	7,02	6,15	6,65
Atención del conductor	7,98	6,98	7,46	7,22	7,21	7,42	7,26	6,72	7,32	7,59	7,69	8,05	7,46
Información de inspectores	7,19	6,47	6,64	5,49	6,09	6,57	5,96	6,33	5,91	6,63	6,40	6,76	6,46
Limpieza	7,58	6,92	6,89	6,46	6,96	7,33	7,38	7,15	7,32	7,65	7,42	6,91	7,30
Ausencia de anomalías	8,06	7,53	7,48	6,66	8,11	7,92	7,70	6,97	7,31	8,26	7,53	7,67	7,74
Seguridad durante el viaje	7,71	7,15	7,45	6,77	7,17	7,74	7,75	7,23	7,35	7,86	7,88	7,75	7,57
Confort	7,56	6,63	6,66	6,55	7,04	7,34	7,25	6,83	7,03	7,01	7,54	7,74	7,18
Movimientos bruscos	7,14	6,57	6,83	6,09	6,25	6,61	6,92	6,66	6,64	6,45	7,17	7,11	6,83
Riesgo de sufrir un robo	6,49	6,56	6,80	5,67	7,38	6,05	6,66	7,16	7,48	6,06	7,73	7,52	6,77
Atención de inspectores	7,67	6,79	7,09	5,90	6,26	7,00	6,27	6,92	6,77	7,08	6,97	7,11	6,79
Calidad del servicio	7,41	6,60	6,74	6,35	6,84	7,17	6,99	6,90	6,83	7,03	7,40	7,36	7,03
Valoración Global	7,30	7,17	7,32	6,91	7,29	7,10	6,84	6,52	7,27	7,22	7,61	6,90	7,30

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Contesta cada línea

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto a la media de atributos

■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto a la media de atributos (95% significatividad, t de Student)

Jerarquía de importancia

- Valoración de atributos por línea -

ATRIBUTOS	LÍNEAS												MEDIA ATRIBUTOS
	13	14	15	16	17	18	19	26	27	28	29	30	
Calidad del autobús	7,23	6,76	6,87	7,25	7,91	7,39	7,59	7,90	8,03	7,35	7,71	7,45	7,44
Compromiso medio ambiente	6,96	6,86	6,83	7,18	7,34	7,59	7,21	7,57	7,58	7,10	7,39	7,09	7,21
Accesibilidad	6,95	7,26	7,12	7,28	7,47	7,46	7,54	7,87	7,97	7,45	8,05	7,58	7,36
Información en paradas	6,82	7,13	6,86	7,07	7,07	6,78	7,38	7,54	6,93	7,39	6,85	7,28	7,04
Información a bordo	7,03	7,10	6,78	7,43	6,65	7,94	7,12	6,37	6,78	7,57	7,00	7,44	6,94
Otra información	6,87	6,61	5,73	7,18	6,53	7,08	7,02	6,74	7,11	7,11	7,18	6,72	6,61
Información del conductor	7,41	7,21	7,63	7,59	7,67	7,75	7,65	7,89	7,88	7,72	7,63	7,40	7,34
Información en puntos de venta	6,04	6,69	6,73	6,62	6,59	6,97	6,56	7,07	7,27	6,05	6,90	6,41	6,45
Puntualidad			7,06					6,56					5,15
Frecuencia	5,67	5,36	3,59	5,75	5,28	4,72	7,11	6,13	7,51	6,75	5,08	4,57	6,41
Regularidad	5,51	6,37		6,12	6,40	6,21	7,21		7,73	6,59	5,79	5,77	6,65
Atención del conductor	7,43	7,71	7,78	7,53	7,64	7,90	7,88	7,99	7,88	7,89	7,81	7,34	7,46
Información de inspectores	6,58	6,52	5,64	6,77	5,79	7,28	6,41	6,90	7,22	6,44	6,67	6,55	6,46
Limpieza	7,03	6,66	6,30	7,36	7,61	7,90	7,33	7,93	7,65	7,26	7,86	7,41	7,30
Ausencia de anomalías	7,69	7,26	6,86	7,41	7,62	7,99	7,62	7,74	7,56	7,92	7,81	7,79	7,74
Seguridad durante el viaje	7,57	7,59	7,13	7,38	7,79	7,84	7,72	8,01	7,87	8,03	7,84	7,64	7,57
Confort	7,34	7,00	7,00	7,15	7,61	7,81	7,39	7,79	7,57	7,22	7,47	7,49	7,18
Movimientos bruscos	7,15	7,09	6,84	6,93	7,25	7,38	7,13	8,06	7,16	6,96	7,16	6,88	6,83
Riesgo de sufrir un robo	6,73	7,73	7,50	7,56	7,52	4,92	7,16	8,34	6,29	7,68	7,74	7,38	6,77
Atención de inspectores	6,80	7,33	5,87	7,56	6,72	7,36	6,69	7,08	7,45	6,93	7,14	6,83	6,79
Calidad del servicio	7,14	6,85	6,19	7,15	6,83	7,53	7,40	7,67	7,48	7,20	7,44	7,29	7,03
Valoración Global	7,20	6,79	6,63	6,97	7,13	6,30	7,66	7,47	8,07	7,32	6,91	6,28	7,30

87

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Contesta cada línea

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto a la media de atributos

■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto a la media de atributos (95% significatividad, t de Student)

Jerarquía de importancia

- Valoración de atributos por línea -

ATRIBUTOS	LÍNEAS												MEDIA ATRIBUTOS
	31	32	35	36	40	41	60	61	62	63	64	70	
Calidad del autobús	6,89	7,00	7,28	7,03	7,46	7,21	7,19	7,74	7,25	6,71	7,26	7,33	7,44
Compromiso medio ambiente	7,14	7,17	7,05	6,74	7,22	6,95	7,26	7,27	7,60	6,76	7,21	7,44	7,21
Accesibilidad	7,40	7,40	7,33	6,94	7,14	7,23	7,01	7,84	7,05	6,78	6,94	7,24	7,36
Información en paradas	7,26	7,16	7,07	6,86	6,71	6,77	6,95	7,39	6,80	6,99	6,85	7,06	7,04
Información a bordo	7,21	7,44	6,70	7,14	6,24	6,46	6,98	7,18	6,54	6,96	6,66	7,44	6,94
Otra información	6,79	7,14	6,43	6,47	5,84	6,01	6,35	7,10	6,47	6,67	6,04	6,88	6,61
Información del conductor	7,45	7,73	7,47	7,93	7,53	6,79	7,09	7,66	7,47	6,84	7,75	7,83	7,34
Información en puntos de venta	6,88	6,43	6,15	5,30	5,38	5,85	6,23	6,33	6,11	6,56	5,98	6,73	6,45
Puntualidad													5,15
Frecuencia	5,41	6,53	6,84	3,40	6,41	6,20	7,12	5,92	5,34	5,89	5,68	6,38	6,41
Regularidad	6,04	6,57	7,01	3,77	6,96	6,36	7,16	5,84	5,34	6,11	6,50	6,54	6,65
Atención del conductor	7,46	7,56	7,55	8,19	7,57	7,29	7,25	7,64	7,54	7,13	7,59	7,80	7,46
Información de inspectores	6,65	6,68	6,50	5,56	6,72	5,96	6,21	6,68	5,84	6,07	6,92	7,30	6,46
Limpieza	7,03	7,11	7,28	6,84	7,32	7,23	6,71	7,74	7,54	6,92	7,36	7,25	7,30
Ausencia de anomalías	7,70	7,71	7,47	7,32	7,62	8,00	7,84	7,91	7,58	7,40	8,38	8,06	7,74
Seguridad durante el viaje	7,40	7,37	7,61	7,46	7,44	7,52	7,44	7,83	7,44	7,07	7,92	7,74	7,57
Confort	7,19	7,31	7,30	7,50	7,14	7,17	6,84	7,65	7,09	6,80	7,17	7,35	7,18
Movimientos bruscos	7,17	6,96	6,29	6,86	6,83	6,85	6,72	6,92	6,42	6,67	7,08	6,59	6,83
Riesgo de sufrir un robo	6,07	6,72	5,70	5,67	6,11	7,28	6,86	7,35	7,34	7,56	6,45	6,70	6,77
Atención de inspectores	6,61	6,35	6,79	5,76	6,51	6,51	6,59	6,48	6,21	6,54	7,38	7,04	6,79
Calidad del servicio	6,79	7,03	7,14	6,89	6,63	6,64	6,87	7,20	6,84	6,51	6,42	7,39	7,03
Valoración Global	6,61	7,34	7,38	6,66	7,07	7,31	7,28	7,32	6,75	6,82	7,64	7,36	7,30

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Contesta cada línea

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto a la media de atributos

■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto a la media de atributos (95% significatividad, t de Student)

Jerarquía de importancia

- Valoración de atributos por línea -

ATRIBUTOS	LÍNEAS												MEDIA ATRIBUTOS
	71	72	73	79	80	81	89	90	95	N1	N2	N3	
Calidad del autobús	7,34	7,52	7,27	7,22	7,30	7,67	8,00	7,85	7,70	8,38	7,55	8,13	7,44
Compromiso medio ambiente	6,87	7,63	7,30	6,99	7,14	7,45	7,34	7,15	7,27	8,13	6,98	7,68	7,21
Accesibilidad	6,62	7,21	6,65	7,19	7,18	7,73	7,80	7,63	7,97	8,10	7,63	8,17	7,36
Información en paradas	6,92	6,89	6,53	6,76	6,91	7,43	6,92	6,83	7,49	7,78	7,22	7,17	7,04
Información a bordo	6,46	7,08	5,88	6,75	6,52	7,49	6,51	6,20	7,80	7,76	6,90	6,78	6,94
Otra información	6,41	6,75	5,84	6,26	6,01	7,39	6,14	6,18	7,32	7,50	6,92	6,60	6,61
Información del conductor	7,28	7,54	6,97	7,14	6,95	7,62	7,19	6,61	7,46	7,73	7,27	8,19	7,34
Información en puntos de venta	5,61	5,82	5,82	6,40	6,19	6,72	6,38	6,43	7,09	7,42	7,22	7,03	6,45
Puntualidad										7,49	5,69	8,19	5,15
Frecuencia	6,22	5,45	3,93	6,46	6,99	7,33	7,70	7,50	5,92	6,37	5,00	6,41	6,41
Regularidad	6,28	5,62	4,80	6,94	7,08	7,43	7,81	7,44	6,37				6,65
Atención del conductor	7,20	7,19	7,20	7,29	7,22	7,61	7,44	7,17	7,56	8,55	7,33	8,61	7,46
Información de inspectores	6,75	6,42	6,77	6,78	6,70	7,47	6,34	6,00	6,37	7,74	6,85	6,80	6,46
Limpieza	7,41	7,64	7,22	6,92	7,09	7,50	7,63	7,50	7,35	8,12	7,35	8,30	7,30
Ausencia de anomalías	7,83	7,72	7,62	7,61	7,71	8,21	8,22	7,94	7,70	7,96	7,59	8,94	7,74
Seguridad durante el viaje	7,52	7,63	7,02	7,12	7,22	7,67	7,80	7,60	7,77	7,90	7,45	8,52	7,57
Confort	7,09	7,31	6,94	6,97	6,99	7,37	7,36	7,15	7,32	8,18	7,53	8,58	7,18
Movimientos bruscos	6,85	6,68	7,05	6,86	7,00	6,66	7,02	6,73	7,10	8,12	7,31	7,94	6,83
Riesgo de sufrir un robo	7,48	6,65	6,93	5,73	6,35	6,48	5,92	6,93	7,60	8,43	6,54	4,48	6,77
Atención de inspectores	7,49	6,17	6,85	6,74	6,93	7,24	6,74	6,38	6,77	8,28	6,95	6,68	6,79
Calidad del servicio	6,61	6,60	6,78	6,57	7,07	7,68	7,15	7,00	7,30	8,00	7,11	8,00	7,03
Valoración Global	7,18	7,02	5,97	7,28	7,36	7,68	7,92	7,88	7,48	7,90	7,31	7,92	7,30

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Contesta cada línea

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto a la media de atributos

■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto a la media de atributos (95% significatividad, t de Student)

Jerarquía de importancia

- Valoración de atributos por línea -

ATRIBUTOS	LÍNEAS									MEDIA ATRIBUTOS
	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N89	N90	
Calidad del autobús	8,13	7,65	7,83	7,63	7,63	7,78	7,55	7,06	8,18	7,44
Compromiso medio ambiente	7,57	7,15	7,93	7,03	7,46	7,22	7,68	6,50	7,60	7,21
Accesibilidad	8,13	7,18	7,70	7,90	7,85	7,69	7,53	8,00	8,16	7,36
Información en paradas	7,83	6,45	6,90	7,15	7,67	7,48	7,89	7,23	7,20	7,04
Información a bordo	6,88	6,43	7,13	7,85	7,80	7,09	6,50	6,86	6,76	6,94
Otra información	7,46	6,20	6,60	6,83	7,83	7,00	6,08	6,91	6,42	6,61
Información del conductor	8,44	8,18	7,18	7,73	7,84	7,56	6,55	7,69	7,06	7,34
Información en puntos de venta	7,27	6,22	6,48	6,70	7,32	6,43	6,21	6,49	6,54	6,45
Puntualidad	8,10	8,31	7,93	6,28	6,00	7,06	8,39	5,53	6,82	5,15
Frecuencia	6,84	5,18	7,05	6,05	5,49	5,91	7,18	5,38	6,40	6,41
Regularidad										6,65
Atención del conductor	9,05	7,76	7,75	7,68	7,80	7,70	7,36	7,54	7,40	7,46
Información de inspectores	7,74	6,95	7,43	7,10	7,04	6,40	7,13	4,10	4,47	6,46
Limpieza	7,88	7,55	7,28	7,46	7,63	7,85	7,55	7,53	8,18	7,30
Ausencia de anomalías	8,00	8,50	7,70	7,80	8,05	7,52	7,08	7,77	8,14	7,74
Seguridad durante el viaje	8,50	8,03	7,35	7,45	8,38	7,70	7,50	8,17	8,18	7,57
Confort	8,10	7,78	7,90	7,98	7,55	7,52	7,39	7,40	8,06	7,18
Movimientos bruscos	8,48	7,68	6,75	6,78	7,43	7,04	7,49	7,37	7,36	6,83
Riesgo de sufrir un robo	7,78	4,83	3,98	4,95	8,08	7,31	6,95	5,20	6,28	6,77
Atención de inspectores	7,88	7,62	7,46	7,10	7,33	6,60	7,03	4,94	4,92	6,79
Calidad del servicio	8,00	6,30	7,23	7,26	7,83	7,07	7,34	6,74	7,54	7,03
Valoración Global	8,43	7,23	7,70	7,35	7,47	6,83	8,00	7,54	7,54	7,30

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Contesta cada línea

■ Líneas con valoración significativamente superior con respecto a la media de atributos

■ Líneas con valoración significativamente inferior con respecto a la media de atributos (95% significatividad, t de Student)

8. Análisis evolutivo de la satisfacción

Análisis evolutivo de la satisfacción

- Evolución de las líneas con respecto a 2006 -

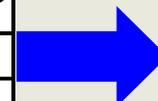
LÍNEA	VALORACION AÑO 2004	VALORACION AÑO 2006	VALORACION AÑO 2009	EVOL. 09-06
90	7,01	6,58	7,88	1,30
12	5,84	5,78	6,90	1,12
89	7,41	6,94	7,92	0,98
26	6,40	6,51	7,47	0,96
28	6,31	6,54	7,32	0,78
N1	7,62	7,15	7,90	0,75
72	6,55	6,33	7,02	0,69
11	6,48	6,96	7,61	0,65
N3	7,20	7,30	7,92	0,62
63	6,32	6,23	6,82	0,59
N4	7,52	7,92	8,43	0,51
6	6,36	6,61	7,10	0,49
81	7,65	7,20	7,68	0,48
27	6,70	7,64	8,07	0,43
16	6,51	6,54	6,97	0,43



MEJORAN 15 LÍNEAS

 Mejoran significativamente

LÍNEA	VALORACION AÑO 2004	VALORACION AÑO 2006	VALORACION AÑO 2009	EVOL. 09-06
73	6,01	6,44	5,97	-0,47
18	6,16	6,80	6,30	-0,50
35	7,61	8,01	7,38	-0,63
N6	7,31	8,42	7,70	-0,72
8	7,15	7,30	6,52	-0,78



EMPEORAN 5 LÍNEAS

 Empeoran significativamente

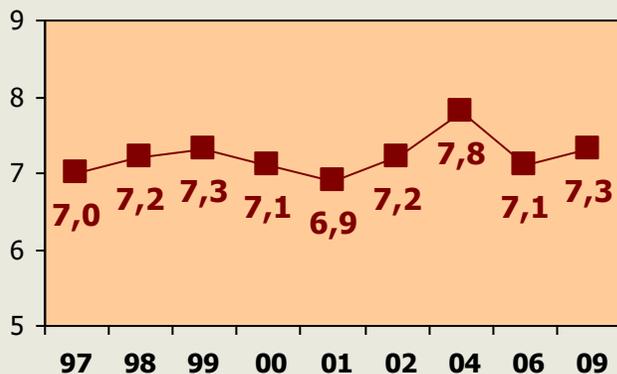
Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)
Base: Total Muestra (7.512)

NOTA: Tan sólo se mencionan aquellas líneas cuya evolución ha mejorado o empeorado significativamente respecto al año 2006

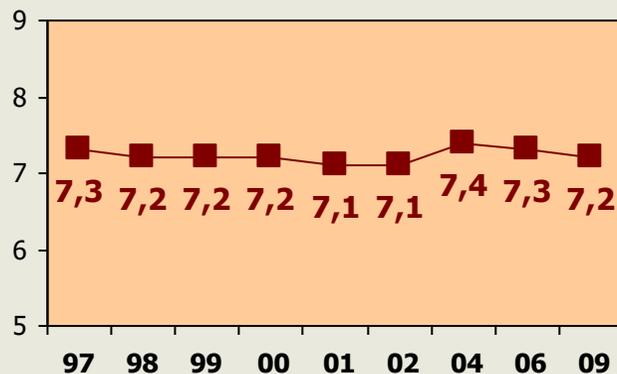
(95% significatividad, t de Student)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

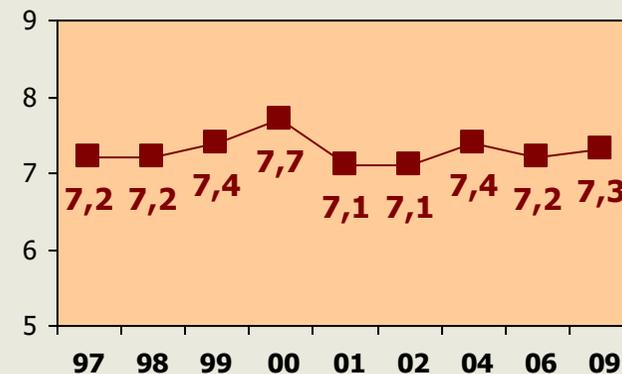
- Comparación por líneas -



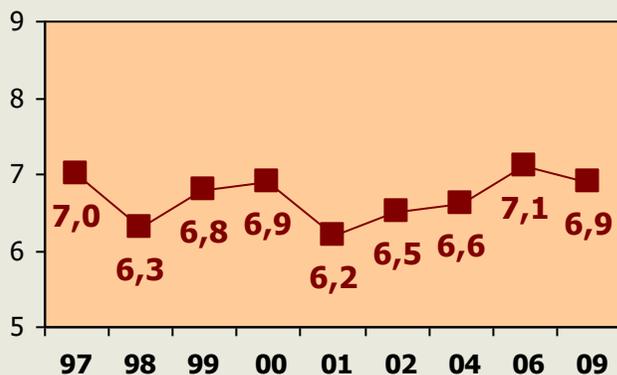
Línea 1



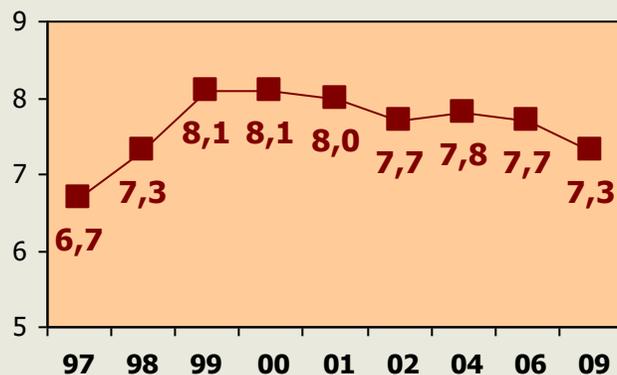
Línea 2



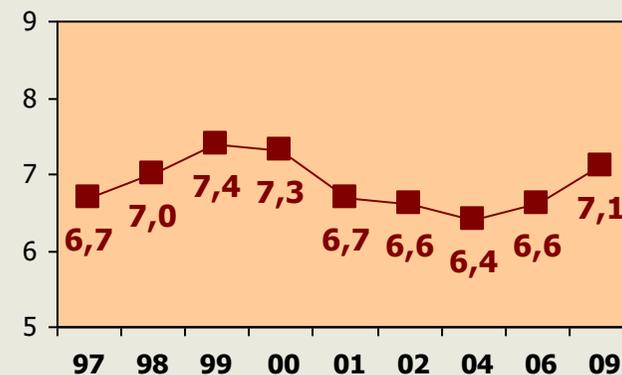
Línea 3



Línea 4



Línea 5



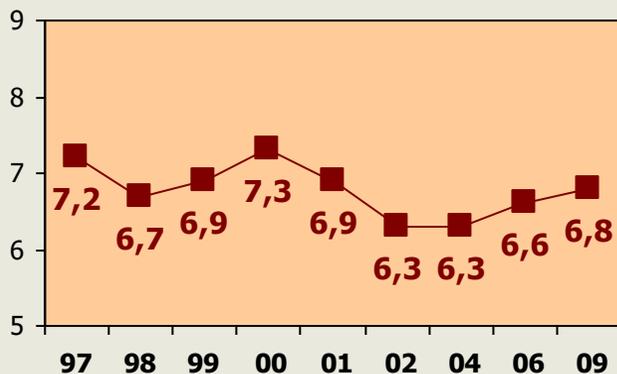
Línea 6

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

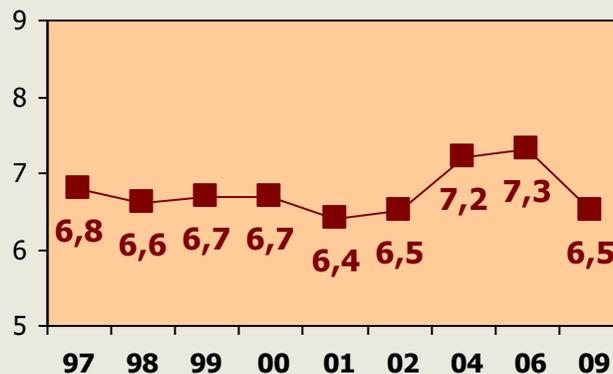
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

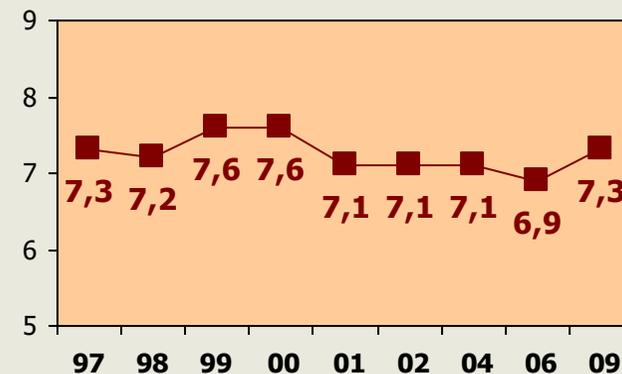
- Comparación por líneas -



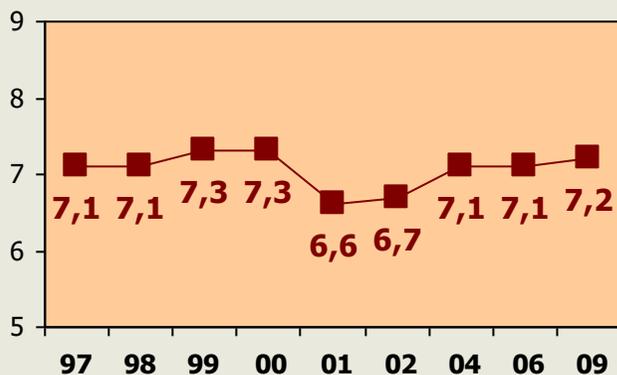
Línea 7



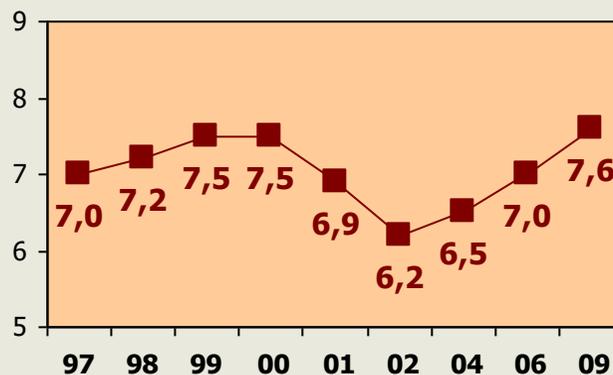
Línea 8



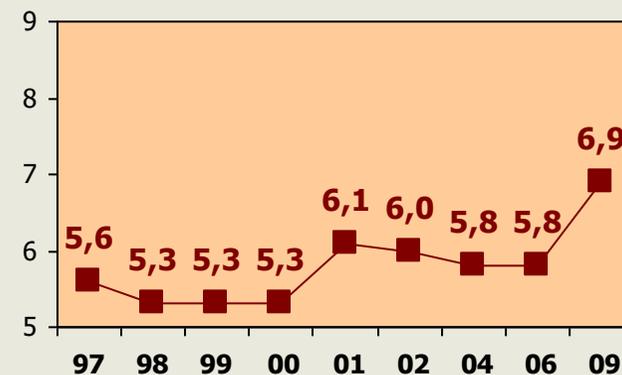
Línea 9



Línea 10



Línea 11



Línea 12

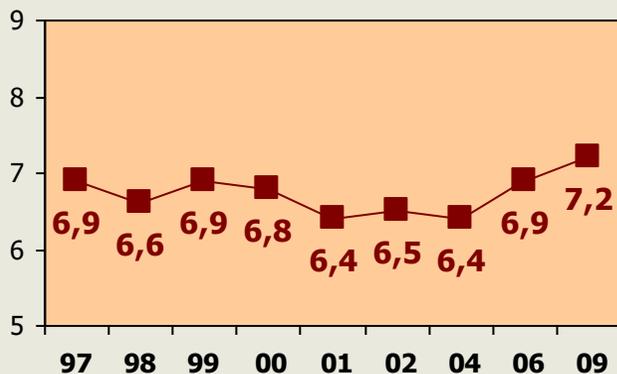
Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Total muestra (7.512)

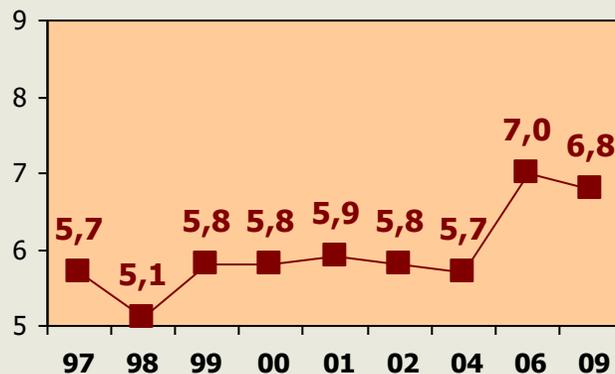
Evolución 1997 – 2009 Valoración global

- Comparación por líneas -

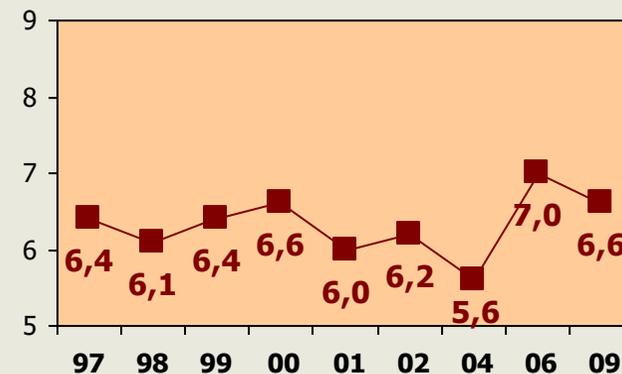
95



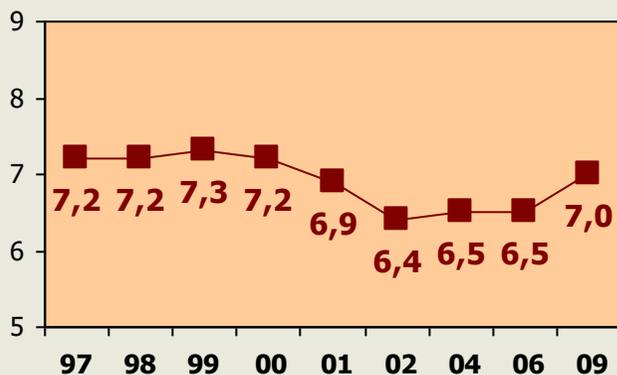
Línea 13



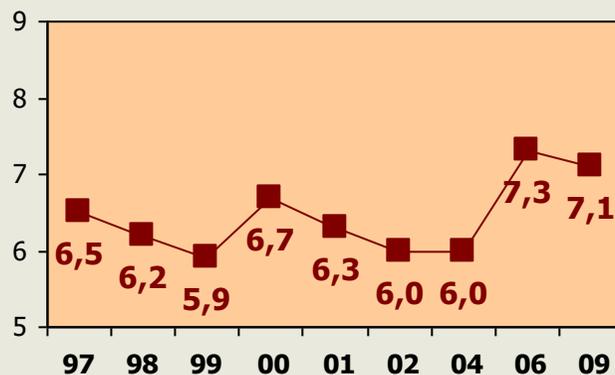
Línea 14



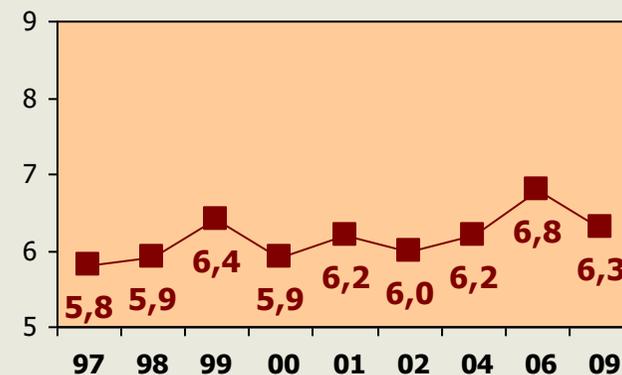
Línea 15



Línea 16



Línea 17



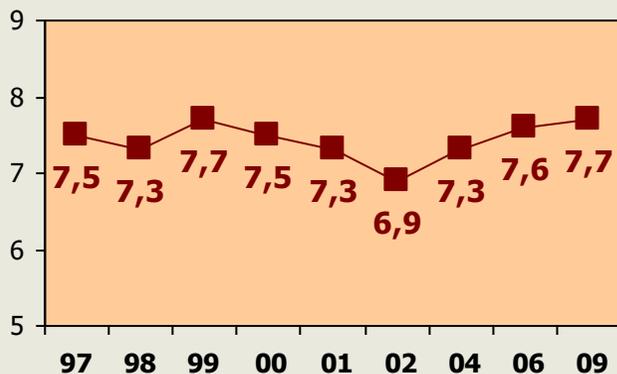
Línea 18

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

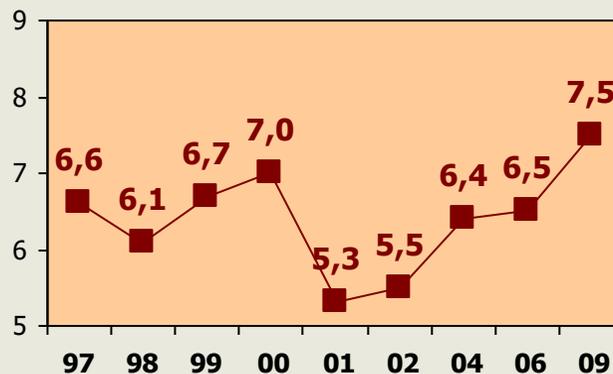
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

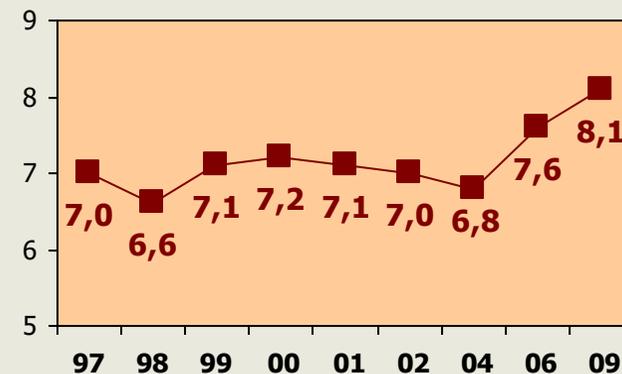
- Comparación por líneas -



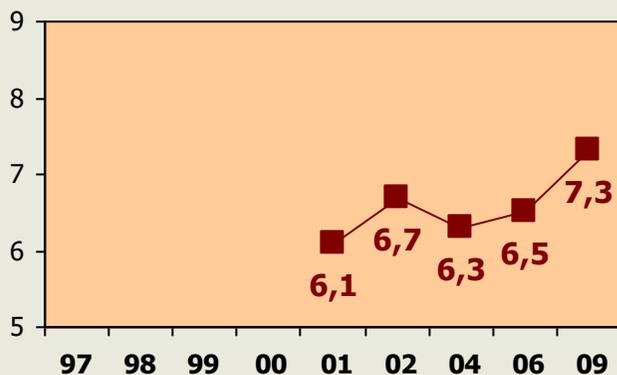
Línea 19



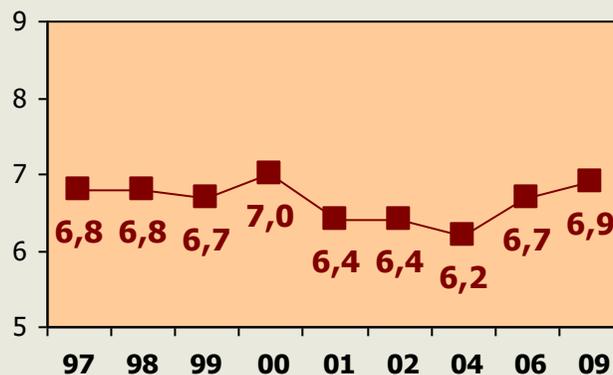
Línea 26



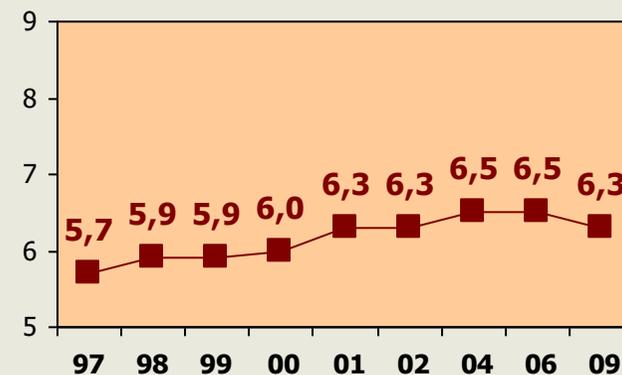
Línea 27



Línea 28



Línea 29



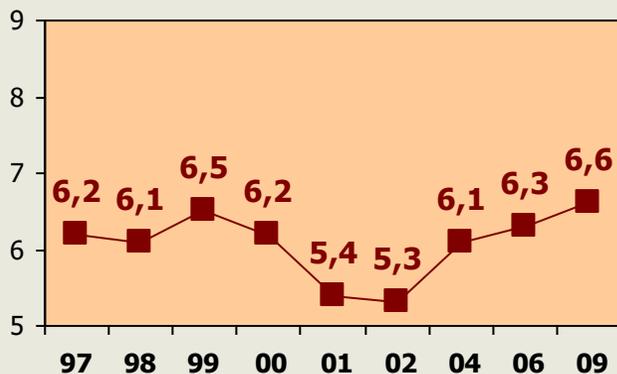
Línea 30

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

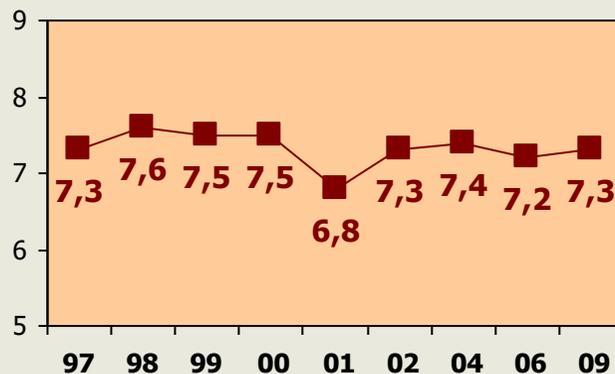
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

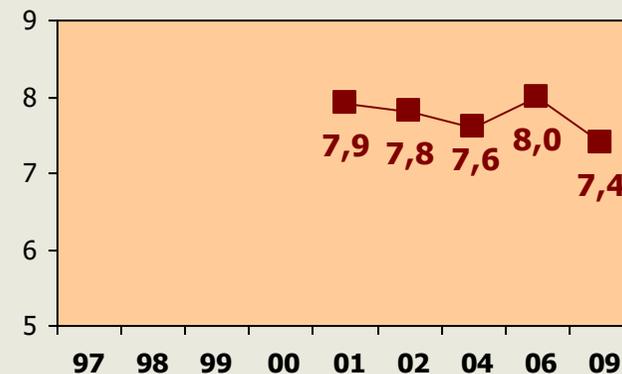
- Comparación por líneas -



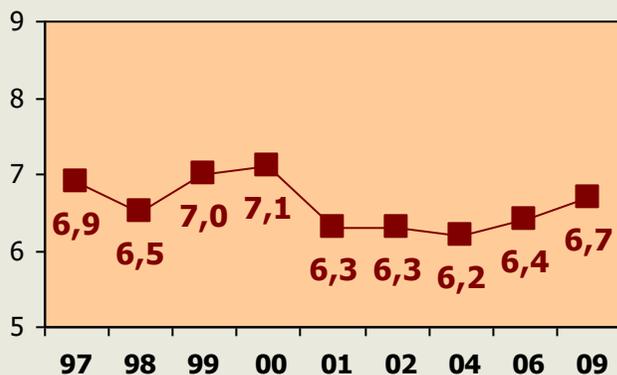
Línea 31



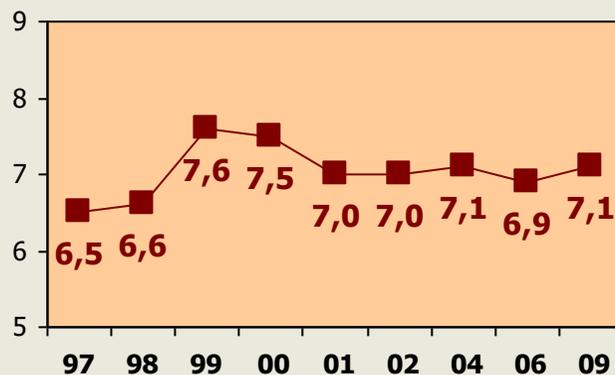
Línea 32



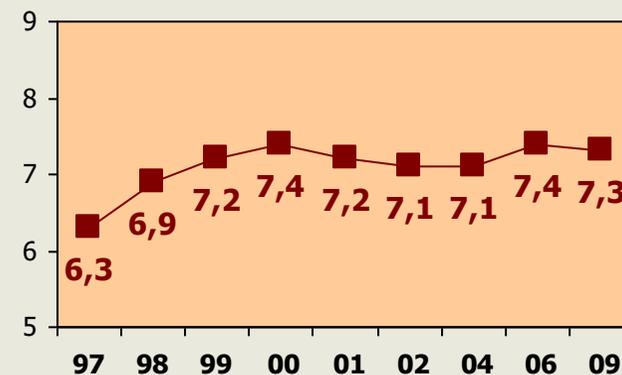
Línea 35



Línea 36



Línea 40



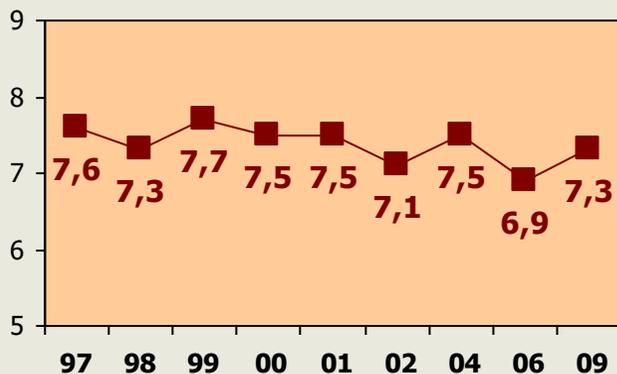
Línea 41

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

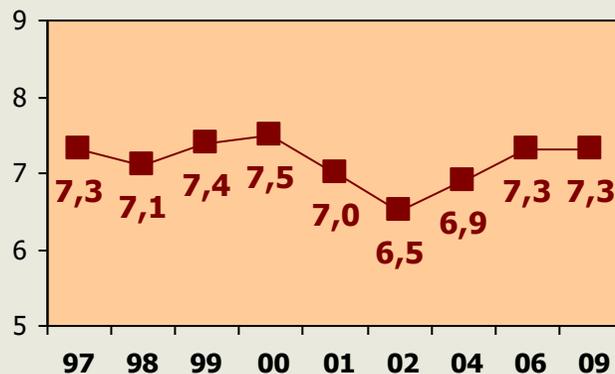
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

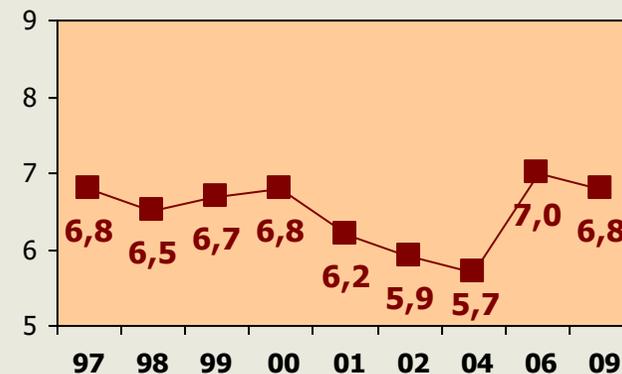
- Comparación por líneas -



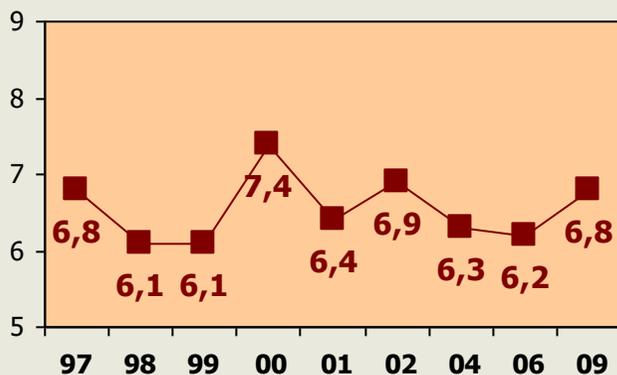
Línea 60



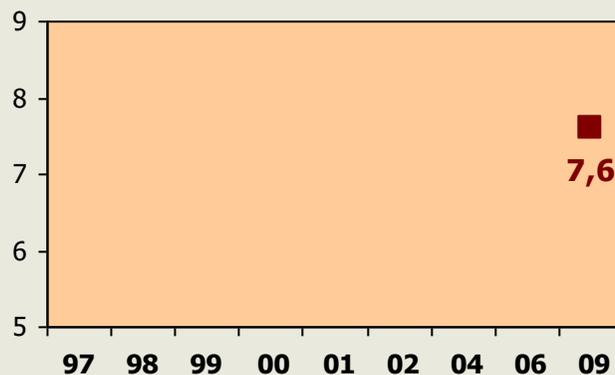
Línea 61



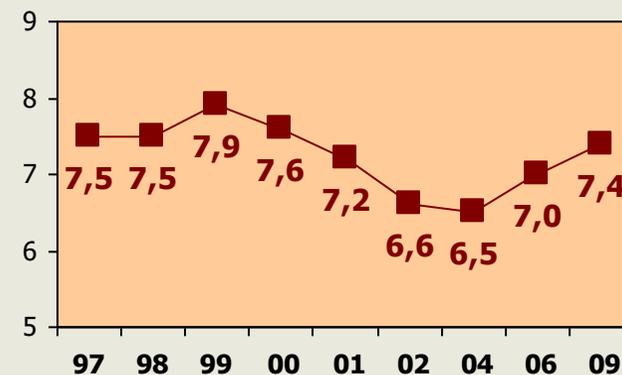
Línea 62



Línea 63



Línea 64



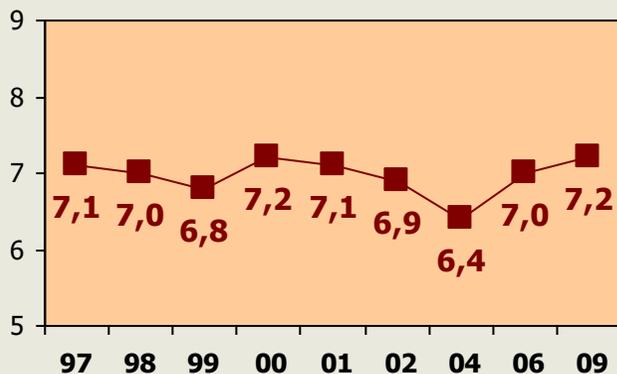
Línea 70

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

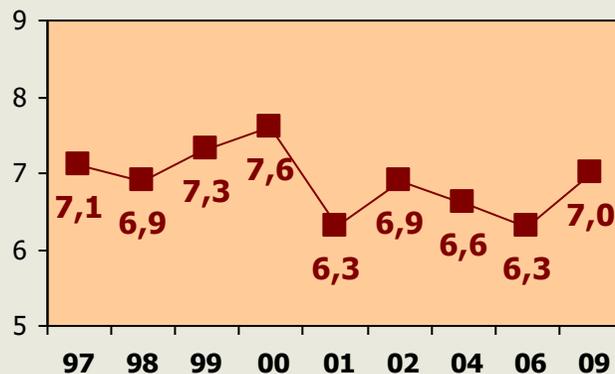
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

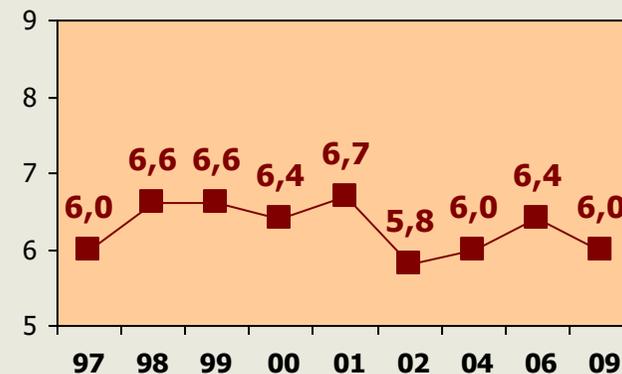
- Comparación por líneas -



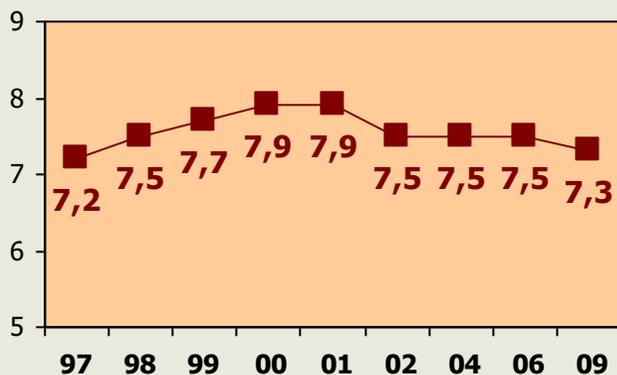
Línea 71



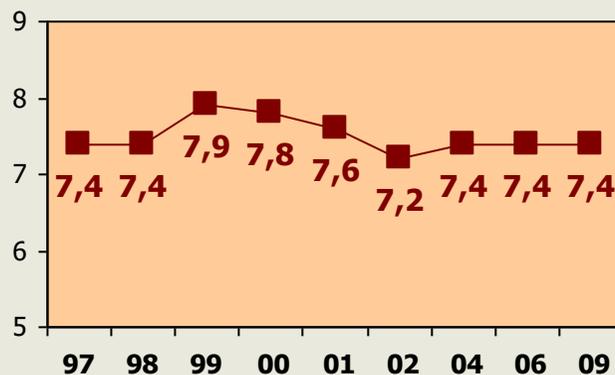
Línea 72



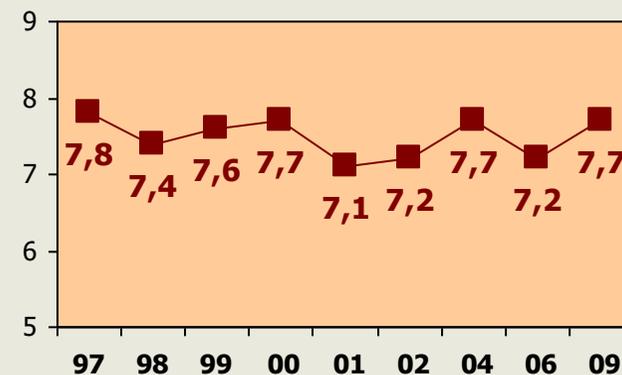
Línea 73



Línea 79



Línea 80



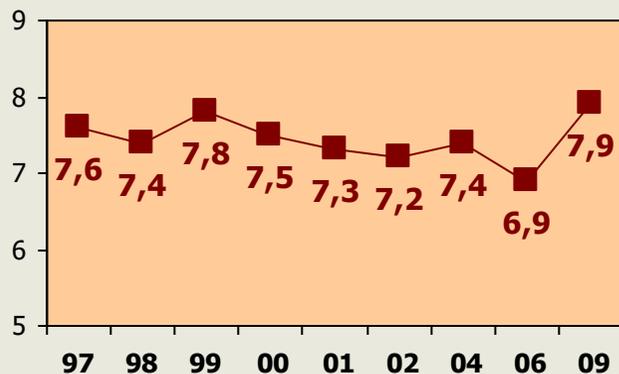
Línea 81

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

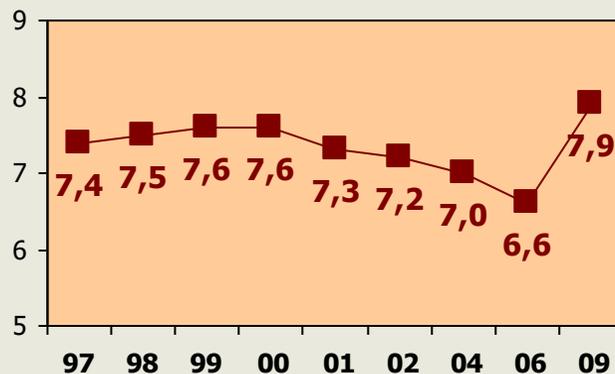
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

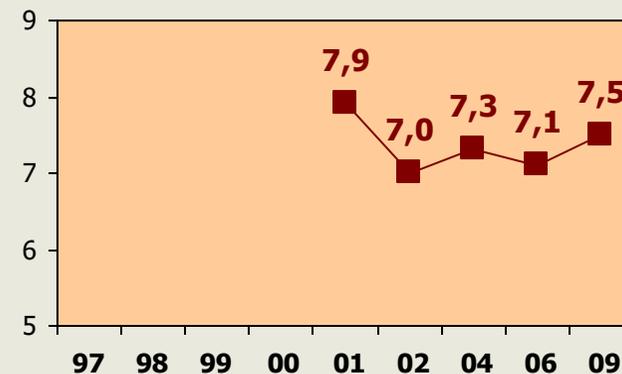
- Comparación por líneas -



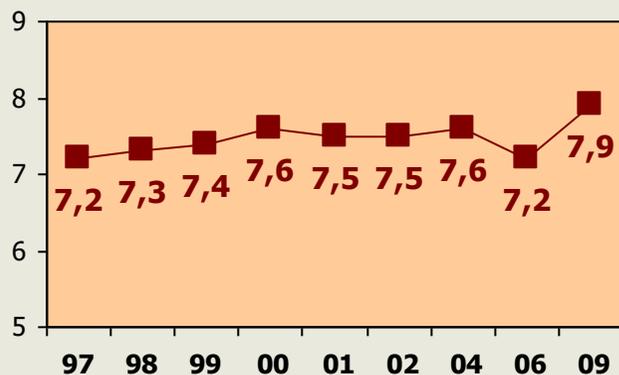
Línea 89



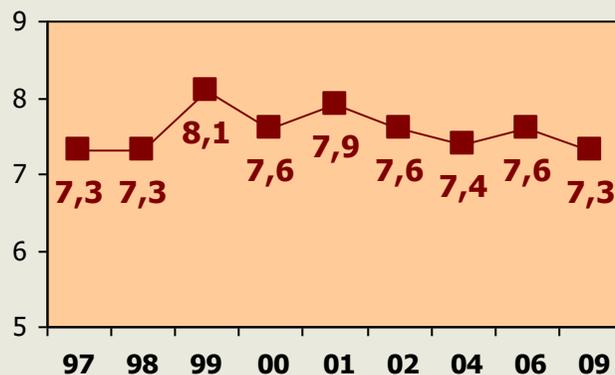
Línea 90



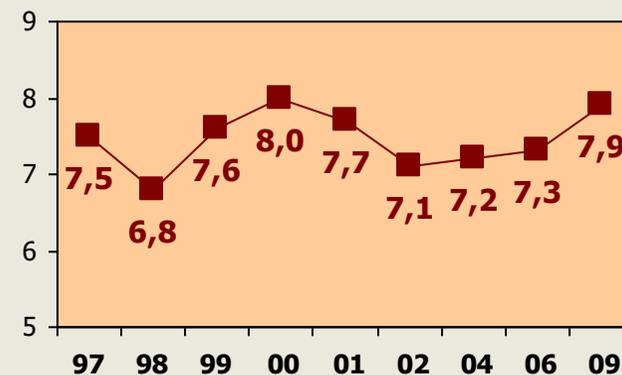
Línea 95



Línea N1



Línea N2



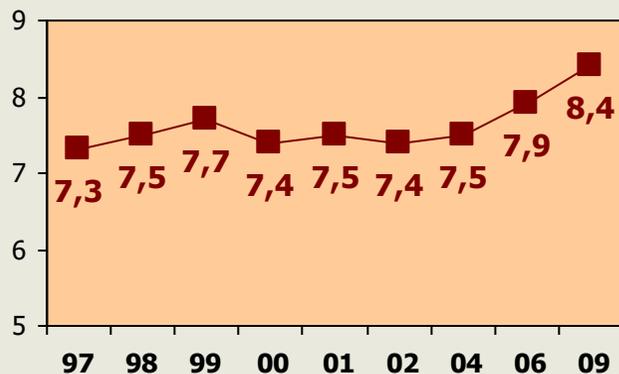
Línea N3

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

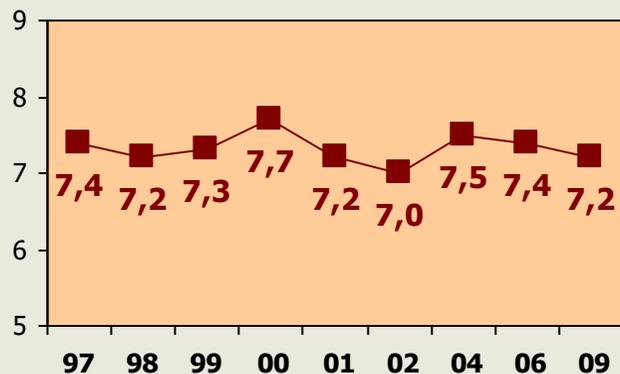
Base: Total muestra (7.512)

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

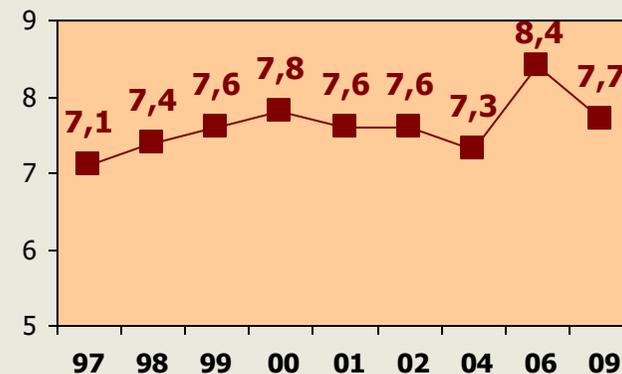
- Comparación por líneas -



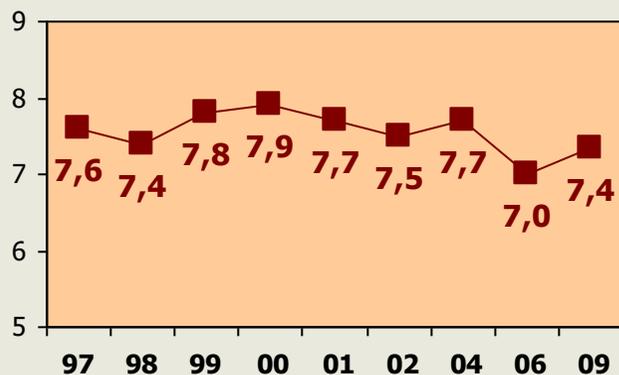
Línea N4



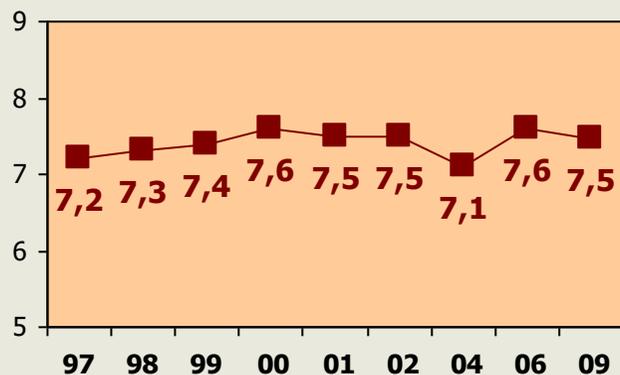
Línea N5



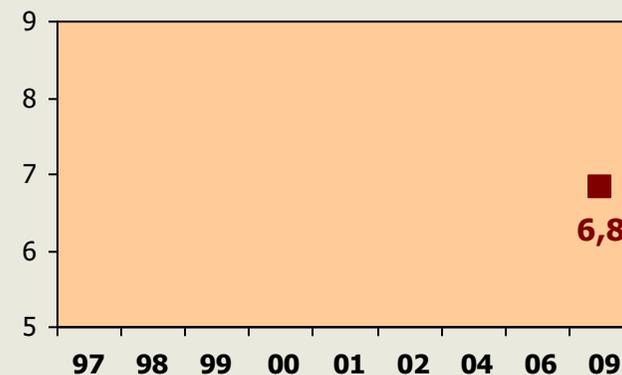
Línea N6



Línea N7



(*) **Línea N8**



Línea N9

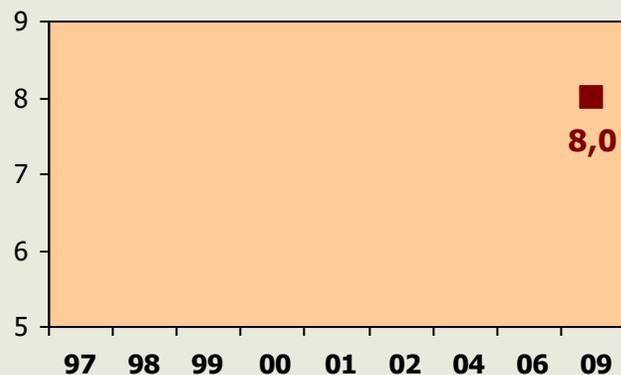
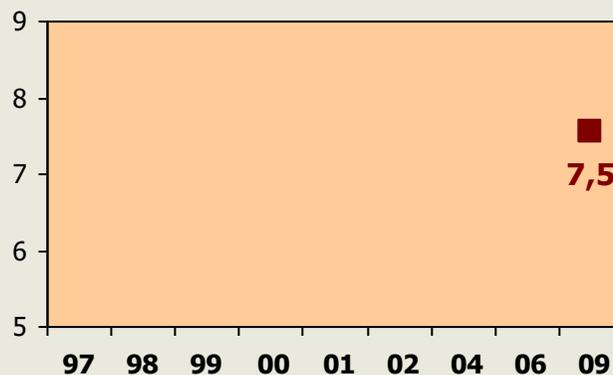
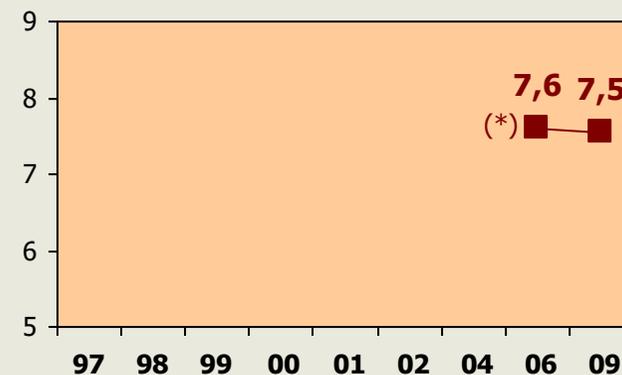
Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Total muestra (7.512)

(*) NOTA: Antes N1 y N1B.

Evolución 1997 – 2009 Valoración global

- Comparación por líneas -

**Línea N10****Línea N89****Línea N90**

Unidad: Media de valoración (Escala de 0 a 10 puntos: 0 puntos = muy mal; 10 puntos = muy bien)

Base: Total muestra (7.512)

(*) En la medición de 2006 a esta línea se le denominaba N10

9. Síntesis

Síntesis

- Características del usuario -

104

En función de las características analizadas en el estudio, el perfil del usuario de EMT obtenido es el siguiente:

- ✓ **MUJER** (proporción muy similar a la medición de 2006)
- ✓ **EDAD MEDIA DE 39 AÑOS** (algo mayor que en 2006, que era de 37 años)
- ✓ **CLASE SOCIAL MEDIA**
- ✓ **NIVEL DE ESTUDIOS MEDIOS (FP-BUP-COU)**
- ✓ **TRABAJADORES POR CUENTA AJENA**
- ✓ **UTILIZAN EL AUTOBÚS PARA ACUDIR AL TRABAJO** (mayor incremento de este motivo en comparación a 2006)
- ✓ **USUARIO DIARIO** (también se ha producido un aumento de estos usuarios con respecto a 2006)
- ✓ **EL BONOBUÉS ES EL TIPO DE BILLETE UTILIZADO** (ha aumentado en más de 5 puntos)
- ✓ **REALIZA UN NÚMERO MEDIO DE 10 VIAJES SEMANALES**
- ✓ **LA DURACIÓN DEL TRAYECTO MEDIO ES DE 19,4 MINUTOS, LO QUE EQUIVALE A 4,6 KM DE RECORRIDO** (Ha disminuido ligeramente la duración del trayecto en comparación a 2006).
- ✓ **RESIDE EN LA CIUDAD DE VALENCIA**
- ✓ **VIAJA SIN NIÑOS**

Síntesis

- Valoración de las herramientas y servicios de EMT -

105

- Dos tercios de los usuarios encuestados opina que ha mejorado EMT en los 2 últimos años.
- Una quinta parte opina que EMT no debería incorporar ningún título nuevo en su estructura, mientras que casi un tercio piensa que debería integrar un pase Anual con viajes ilimitados, y un 28,3%, que debería incorporar un Bonobús que permita transbordar entre líneas EMT.
- De las novedades introducidas, a los encuestados les gusta más la expansión del sistema de Paneles electrónicos con tiempos de llegada de autobuses, seguido por tener toda la flota de vehículos adaptada a combustibles ecológicos.
- La valoración de la empresa EMT en su conjunto es elevada, 7,21, algo más de la mitad utiliza normalmente 1 ó 2 líneas, y casi tres cuartas partes conocen el recorrido de hasta 5 líneas.
- La herramienta ofrecida por EMT más valorada con diferencia son los paneles electrónicos.
- Algo menos de la mitad conoce la página WEB, la valora bien (6,73) y la suelen visitar con poca frecuencia. También valoran bien el tiempo en espera por SMS (6,37).

Síntesis

- Jerarquía de importancia -

106

- Los factores que mas influencia tienen sobre la satisfacción global del cliente de EMT son la comodidad e infraestructura en un primer nivel, seguidos por la información a bordo, el compromiso de EMT y conductor. En un tercer nivel y con menor influencia se encuentran inspector, la información en el punto de venta y el riesgo a bordo.
- La calidad del autobús, compromiso con el Medio Ambiente, la información en paradas, limpieza, ausencia de anomalías, seguridad ante el trayecto, confort y movimientos bruscos, son los 8 "atributos claves", es decir son considerados de gran importancia por parte de los usuarios. La información en los puntos de venta, información y atención del conductor y la accesibilidad, son los aspectos de menor importancia para el usuario. El resto de atributos tienen una importancia media para el usuario.

Síntesis

- Satisfacción Global con EMT -

107

- La **Valoración Global** de EMT (año 2009) es de **7,30 puntos**, 0,29 más que en 2006, variación positivamente significativa.
- Por líneas **la 27, 89, 90, 81, 19, 64 y 11, junto con las líneas nocturnas (N1, N3, N4 y N10)** son las mejor valoradas, significativamente, por encima de la media. En el lado opuesto se sitúan **la 72, 16, 4, 29, 12, 7, N9, 63, 14, 62, 36, 15, 31, 8, 18, 30 y 73**, líneas con valoraciones significativamente por debajo de la media.
- Los **usuarios más satisfechos** son los viajeros que utilizan billete ordinario, Bono Oro y Abono Transporte, con estudios de Primaria o menos de primarios, que viajan para visitar a un familiar- amigo y de visita turística, jubilados, extranjeros, de clase social Baja- Media Baja y los que residen en los barrios de Ayora, el Centro, Benimaclet y Campanar.
- Las líneas que han experimentado una **mejor evolución** respecto al año 2006 son la **90, 12, 89, 26, 28, N1, 72, 11, N3, 63, N4, 6, 81, 27 y 16**.
- Por el contrario las líneas **73, 18, 35, N6 y 8** presentan la peor evolución.

Síntesis

- Satisfacción por atributos -

108

- En el análisis DAFO, las principales fortalezas de EMT son la calidad del autobús, compromiso con el Medio Ambiente, accesibilidad, información en paradas, información y atención del conductor, limpieza, ausencia de anomalías, seguridad en el trayecto y el confort. Sobre estos aspectos se debe llevar a cabo una política de mantenimiento.
- En el lado de las debilidades de EMT se encuentran la información en puntos de venta y movimientos bruscos. El objetivo es mejorar su valoración, ya que son variables consideradas muy importantes por los usuarios.

10. Conclusiones

Conclusiones

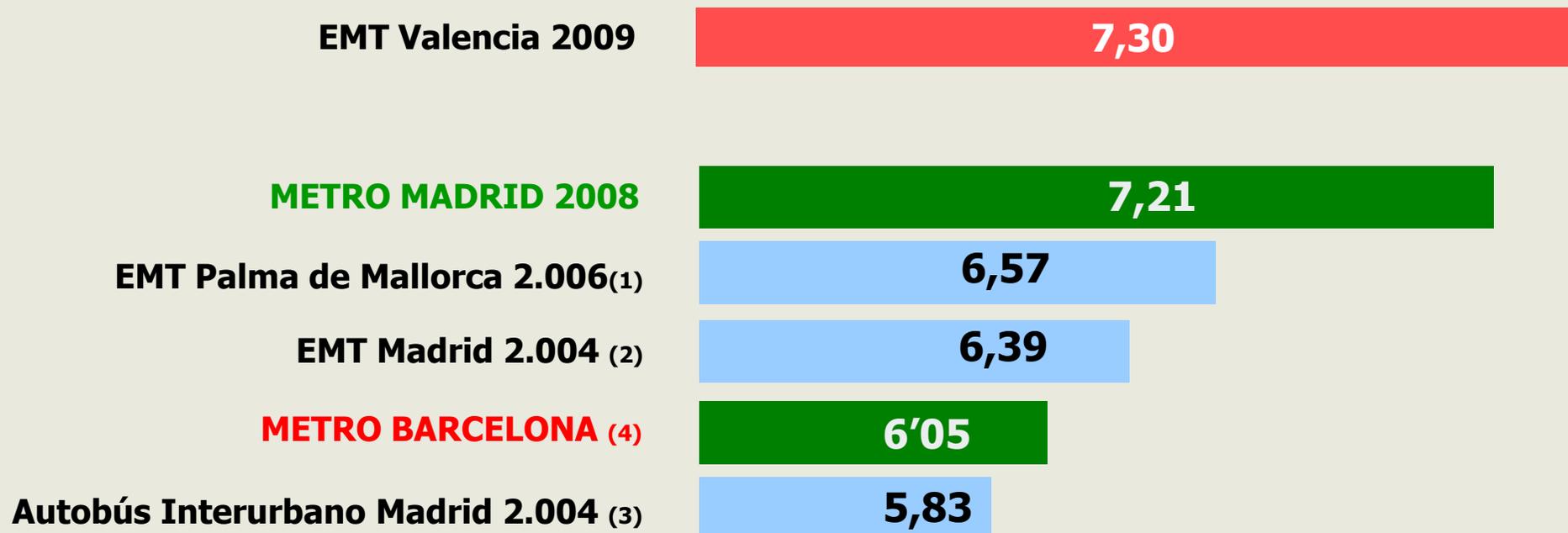
- El perfil del usuario de EMT se mantiene con respecto a anteriores mediciones, con muy pocas variaciones, a pesar de haber transcurrido 3 años desde la anterior medición hasta la presente. La tasa de extranjeros también se mantiene muy similar a mediciones anteriores, rondando casi el 13%.
- La Valoración Global es muy positiva, por encima del 7, aumentando significativamente con respecto a hace 3 años, valoración que solo se vio superada por la medición realizada en 2000.
- Se mantienen las líneas que obtuvieron la valoración más alta en 2006, aumentándose el número de líneas mejor valoradas en la presente medición. También las líneas nocturnas obtienen una valoración muy positiva, menos la N9 que es de las que menos.
- En general, valoración positiva de aspectos clave (8 en total), que se mantiene el número de aspectos que en 2006.

Conclusiones

- Las **fortalezas** de E.M.T. (calidad del autobús, compromiso con el Medio Ambiente, accesibilidad, información en paradas, información y atención del conductor, limpieza, ausencia de anomalías, seguridad en el trayecto y el confort. El objetivo es mantener este nivel de satisfacción.
- Las **debilidades** (información en puntos de venta y movimientos bruscos) son atributos a mejorar debido a su gran importancia para el usuario.
- En general, los usuarios valoran bien las novedades y herramientas que EMT ha implantado en la empresa, y valoran bastante bien al conjunto de EMT.
- **Dos de cada tres usuarios opina que la EMT ha mejorado mucho en los últimos 2 años, lo que demuestra que las actuaciones realizadas durante este periodo han sido satisfactorias para los propios usuarios.**

Comparación EMT Valencia Vs. Otros servicios de transporte urbano

112



Unidad: Media de satisfacción en una escala de 0 a 10 puntos

(1) Publicado en el Diario de Baleares. Miércoles 8 de Febrero de 2.006 (2.500 entrevistas. Estudio realizado por GfK)

(2) Estudio realizado por GfK en el año 2.004 y disponible para consulta en la biblioteca del Consorcio (18.000 y 1.000 entrevistas)

(3) Estudio realizado por el Consorcio en el año 1999 y consultado en la Biblioteca del CRT.

(4) Estudio realizado por TMB en octubre 1998 y entregado a GfK al inicio de los trabajos de Metro Valencia

(5) INC 2005= Estudio señaló que el Servicio de Transporte Urbano e Interurbano en el conjunto de España tuvo una valoración de 6,66; mientras que la valoración fue mayor en el servicio de la Comunidad Valenciana, con un 6,70