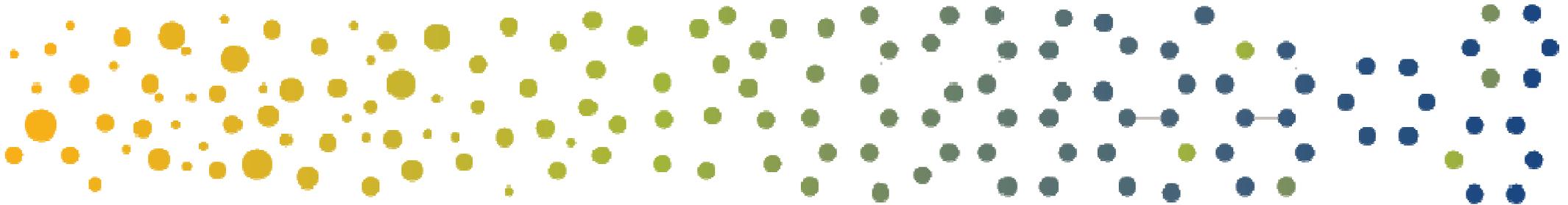
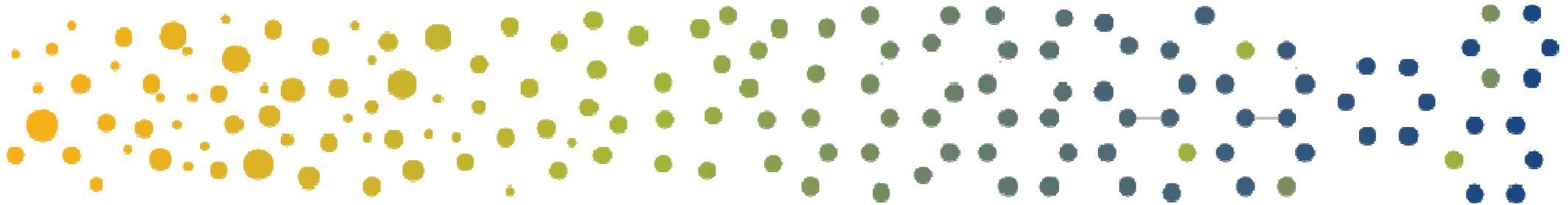


ESTUDIO SATISFACCIÓN DE CLIENTES METROVALÈNCIA

Informe de resultados. Noviembre 2018



1. Introducción



Objetivos principales del estudio

El estudio de satisfacción de los usuarios de Metrovalencia tiene dos objetivos principales:

1. Análisis de la **satisfacción de los usuarios** de Metrovalencia.

Este objetivo engloba los siguientes indicadores:

-  Medición de la calidad del servicio ofrecido por Metrovalencia en sus líneas: ISC 2018
-  Análisis a nivel de factores y atributos: jerarquización de la importancia de los atributos en la formación de la satisfacción global y nivel de satisfacción en cada atributo
-  Identificación de los Aspectos Clave de Insatisfacción (KDA) y los Aspectos Clave de Satisfacción (KEA)

El análisis de satisfacción de los usuarios se realiza en términos evolutivos.

El análisis de satisfacción se desarrolla en la parte II del informe

Objetivos principales del estudio



2. Análisis del **comportamiento del viaje en Metrovalencia y perfil de los usuarios.**

Este objetivo, complementario del anterior, se estructura de la siguiente manera:

- Indicadores comportamentales: frecuencia de uso, tipo de billete, cadena modal, disponibilidad de alternativas, motivos que originan el desplazamiento,...
- Caracterización del “cliente tipo” de Metrovalencia por variables sociodemográficas : sexo, edad, nacionalidad, ocupación , nivel social, lugar de residencia,...

El análisis de comportamiento y perfil del viajero se desarrolla en la parte I del informe

Metodología

Ficha Técnica



La metodología de recogida de información se basa en un trabajo de campo con la siguiente ficha técnica:

-  **Universo:** Individuos mayores de 15 años usuarios de las nueve líneas de Metrovalencia.
-  **Tipo de entrevista:** Entrevista personal mediante un cuestionario estructurado de 8 minutos de duración. La entrevista se ha realizado mediante un cuestionario programado en smartphone.
-  **Selección del entrevistado:** En las estaciones de la red de Metrovalencia. La entrevista se realiza en el andén de la estación o a bordo del metro.
-  **Fecha de realización del trabajo de campo:** Desde el lunes 5 de Noviembre hasta el miércoles 28 de Noviembre de 2018.

Metodología

Ficha Técnica



Tamaño de la muestra: En total se han realizado 3.036 entrevistas, con un error estadístico para los datos globales del $\pm 1,78\%$ para un intervalo de confianza del 95,5% y supuesta máxima indeterminación. En cuanto a la distribución por líneas, la muestra realizada por cada una de ellas; así como los márgenes de error, se muestra a continuación:

	TOTAL	Línea 1	Línea 2	Línea 3	Línea 4	Línea 5	Línea 6 8	Línea 7	Línea 9
Nº de entrevistas	3.036	489	313	714	263	472	103	394	288
Margen de error (+/- %)	1,78	4,43	5,54	3,67	6,04	4,51	9,66	4,94	5,77

Estratificación de la muestra: Muestreo proporcional al número de pasajeros por estación, franjas horarias y por días de la semana (de lunes a viernes). La distribución se ha efectuado a partir de los datos facilitados por FGV correspondientes a una semana tipo del mes de Octubre. En las siguientes diapositivas se muestra la distribución de la muestra realizada por franjas horarias, día de la semana y estación de subida.

MUESTRA POR FRANJAS HORARIAS

	TOTAL	De 06 a 8	De 08 a 10	De 10 a 12	De 12 a 14	De 14 a 16	De 16 a 18	De 18 a 20	De 20 a 22
Nº de entrevistas	3.036	339	472	307	414	498	377	383	246
%	100,0	11,2	15,5	10,1	13,6	16,4	12,4	12,6	8,1

MUESTRA POR DÍAS DE LA SEMANA

	TOTAL	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Nº de entrevistas	3.036	445	552	805	694	540
%	100,0	14,7	18,2	26,5	22,9	17,8

Metodología

Cuestionario



 El cuestionario tiene una parte fija que se pregunta a toda la muestra y una parte variable que se pregunta solo a una parte de la muestra.

La parte variable se compone de dos bloques:

 **Bloque 1:** Pregunta de Importancia de los atributos analizados (p.12)

 **Bloque 2:** Pregunta sobre cómo ha evolucionado la frecuencia en el uso de metro con respecto a hace un año (p.15), así como los motivos por los cuáles afirman que viajan más que antes (p.16.a) o menos (p.16.b).

Cada uno de estos dos bloques se ha realizado a un 50% de la muestra.

 En cuanto a la captación de panelistas para Metrovalencia, de los 3.036 viajeros entrevistados, 116 usuarios dieron su conformidad verbal a ser contactados por FGV con el fin de ofrecerles las condiciones de participación en el panel de clientes. Se han facilitado el teléfono y correo electrónico a FGV.

Metodología

Cuestionario



- **Escala de valoración:** En las preguntas de valoración se ha utilizado una escala cualitativa de siete grados, que posteriormente se ha transformado en una puntuación media de 1 a 10 puntos de acuerdo a la siguiente transformación:

Escala	Valor	Coefficiente de transformación
Muy bien	7	10
Bastante bien	6	8,5
Bien	5	7
Regular	4	5,5
Mal	3	4
Bastante mal	2	2,5
Muy mal	1	1

- **Agrupación:** Para la presentación de resultados los gráficos de valoración se han agrupado de la siguiente manera. Aceptación 7+6+5, Indiferencia 4, Rechazo 3+2+1

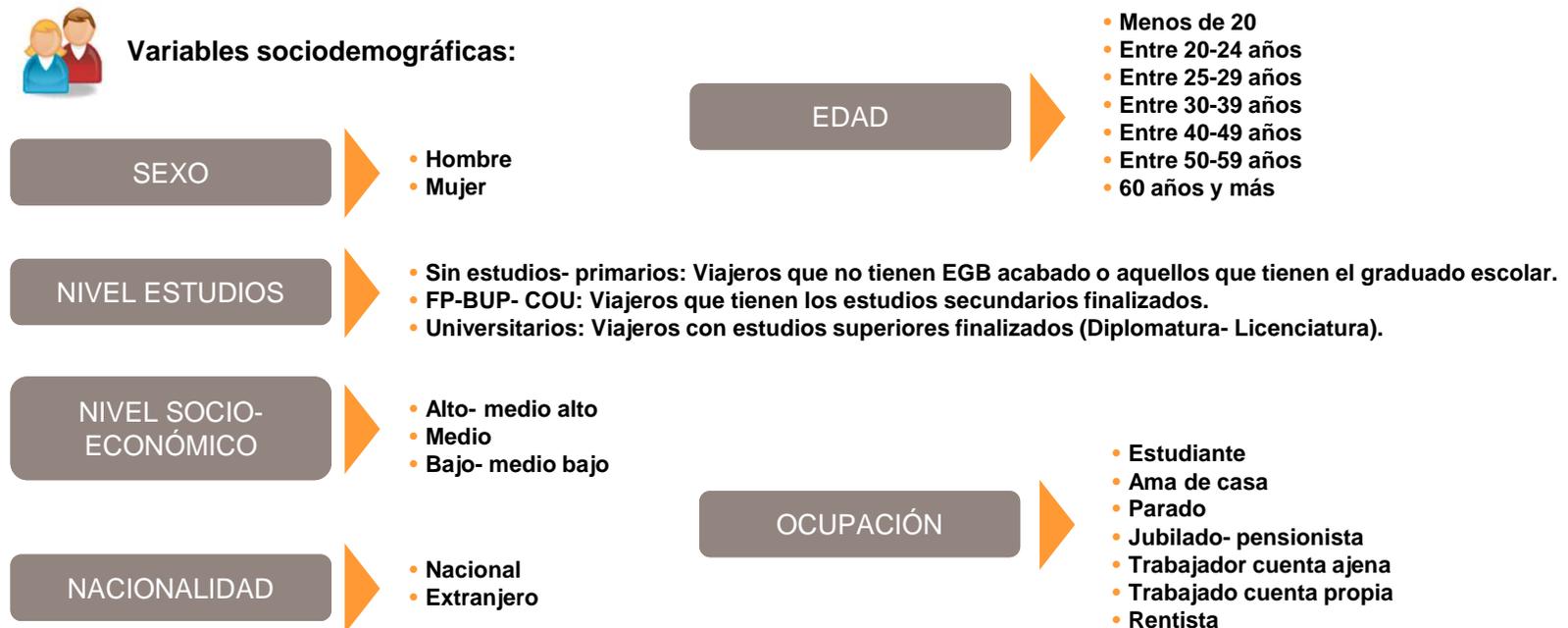


Metodología

Análisis de los datos (I)



Para el análisis de los resultados de la investigación, además de la explotación general de los datos obtenidos, se han realizado segmentaciones para la explotación de la valoración global en función de las siguientes variables sociodemográficas y de variables de comportamiento en los hábitos de viaje:



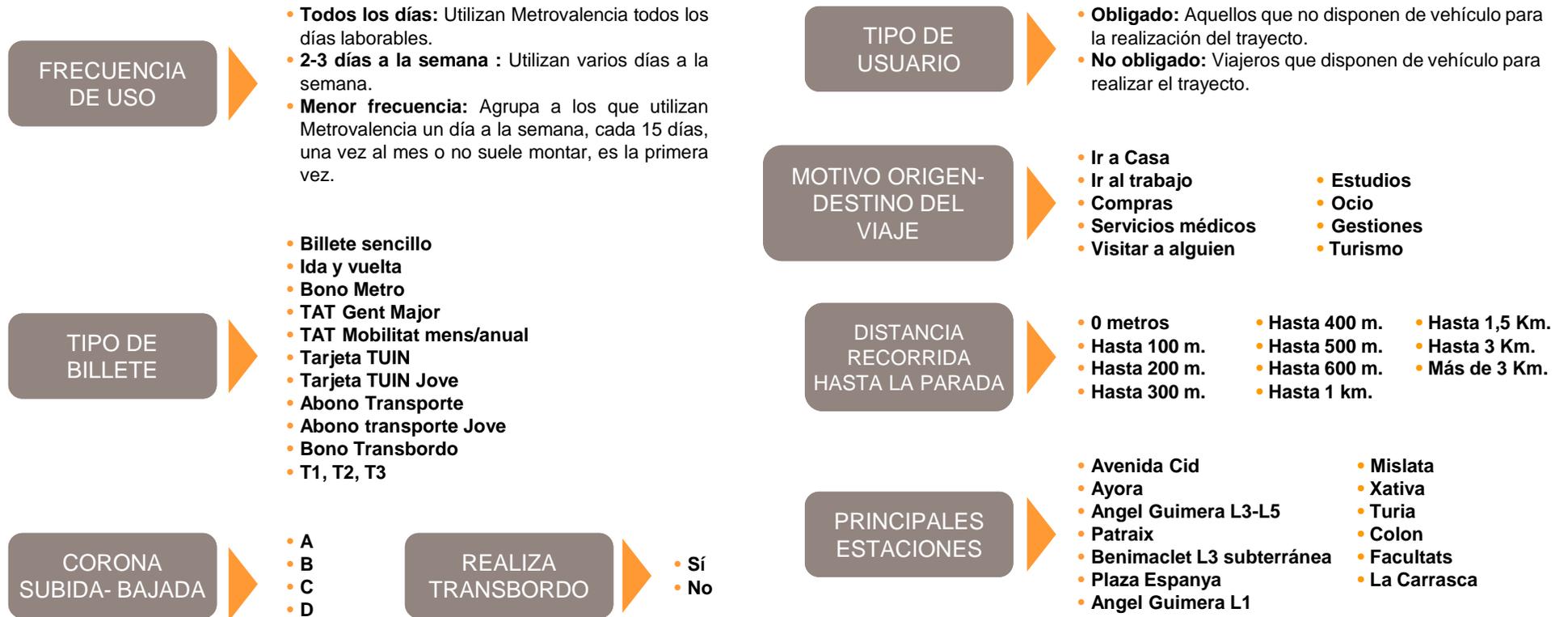
Nota: En el análisis de resultados se muestra el dato de aquellos segmentos con una diferencia significativa respecto al conjunto de la muestra y con respecto a la medición de 2016. El test de significatividad utilizado es chi-square (frecuencias) y t-student (medias) al 95%.

Metodología

Análisis de los datos (II)



Variables de comportamiento de viaje:



Nota: En el análisis de resultados se muestra el dato de aquellos segmentos con una diferencia significativa respecto al conjunto de la muestra y con respecto a la medición de 2014. El test de significatividad utilizado es chi-square (frecuencias) y t-student (medias) al 95%.

Parte 1- Caracterización del usuario

II. Comportamiento del viaje

III. Perfil del viajero

Comportamiento de viaje

Planteamiento

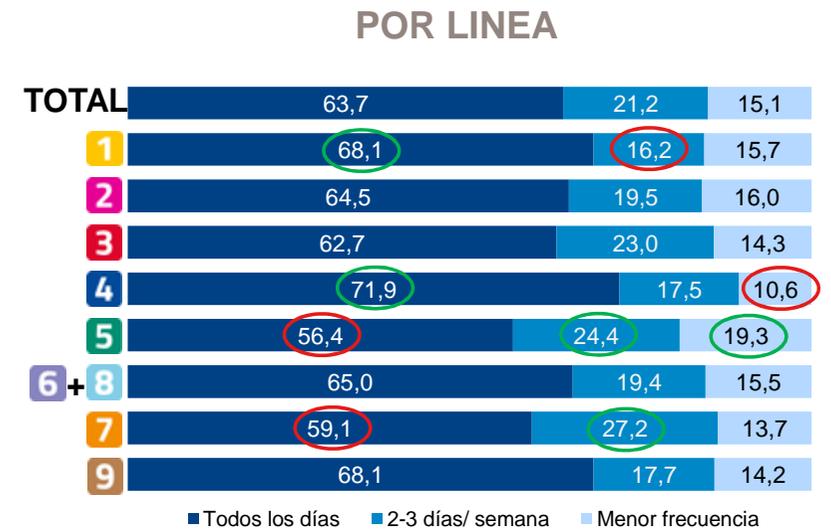
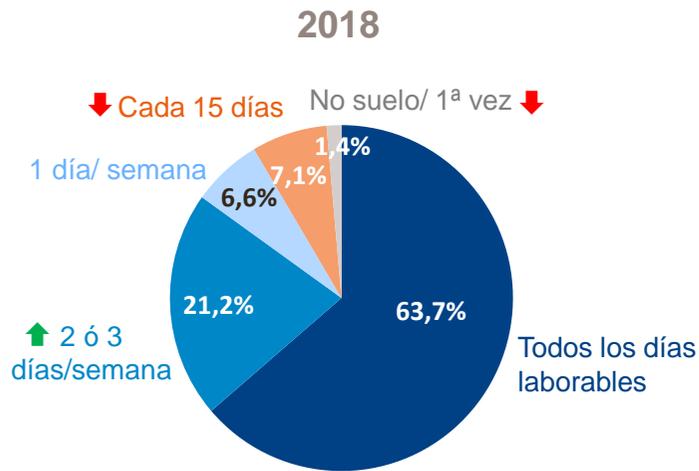


 El objetivo de este capítulo es analizar los usuarios de la red de Metrovalencia en diversos aspectos relacionados con su comportamiento. Concretamente, las variables analizadas han sido:

1. Frecuencia
2. Tipo de billete
3. Número de viajes/ semana
4. Análisis de la cadena modal: distancia y medio de desplazamiento
5. Distribución de viajeros según distancia desde la que acuden
6. Motivo Origen-Destino del viaje
7. Realización de transbordo
8. Coronas tarifarias recorridas
9. Usuario obligado
10. Análisis uso tarjeta TUIN

Comportamiento de viaje

Frecuencia de uso



Los usuarios de la L1 y L4 usan con mayor frecuencia Metrovalencia que el conjunto de la Red

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.5.- Frecuencia de uso



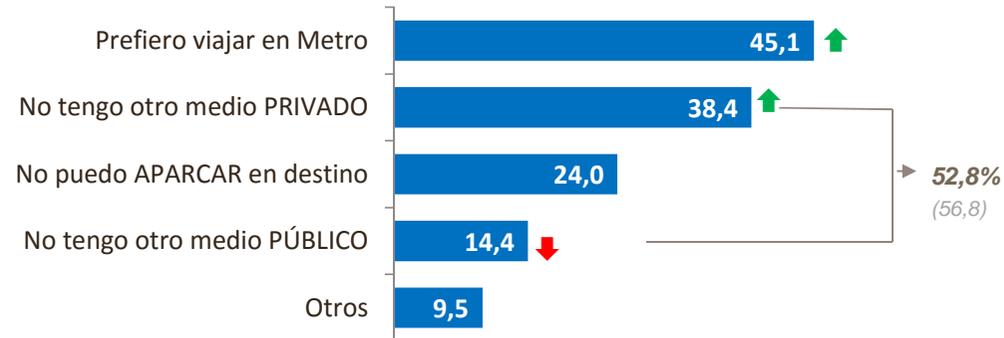
Comportamiento de viaje

Motivo de realizar el viaje con Metrovalencia

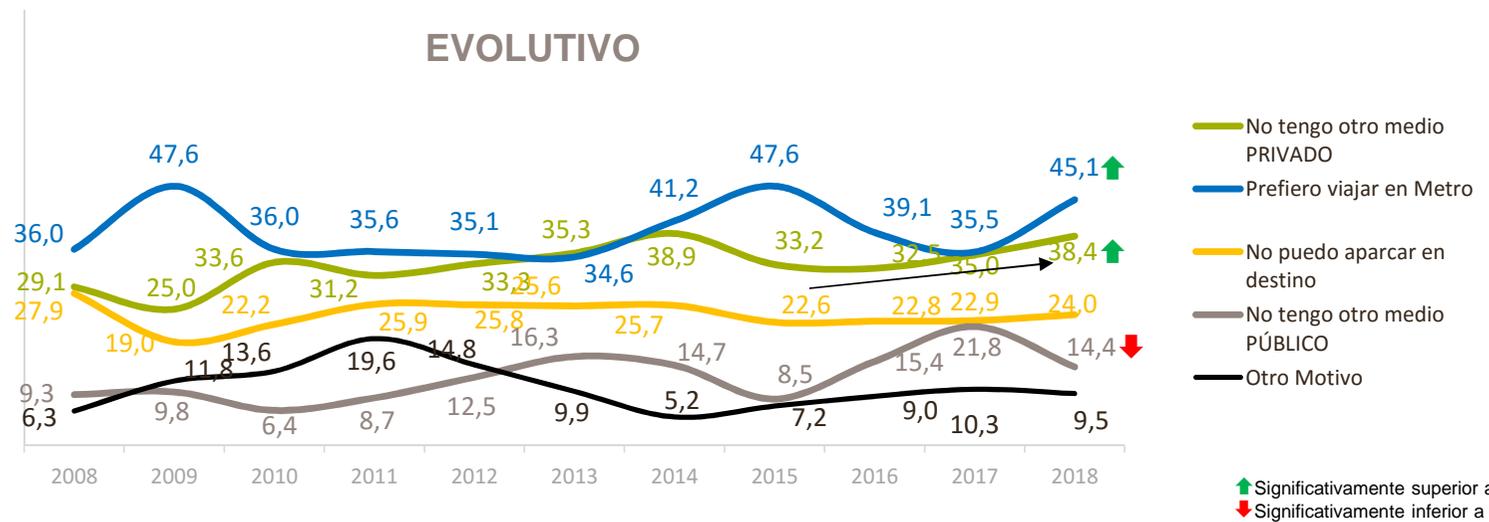


Aumentan significativamente los usuarios que prefieren viajar en Metro respecto a la ola anterior situándose en niveles de 2015 y además aumenta los usuarios que declaran no tener otro medio privado (OBLIGADOS)

2018



EVOLUTIVO



() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.11.- ¿Por qué viaja con METRO Valencia?

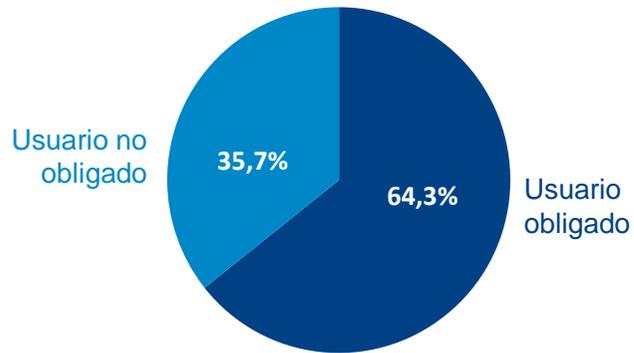
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento de viaje

Usuario obligado



2018

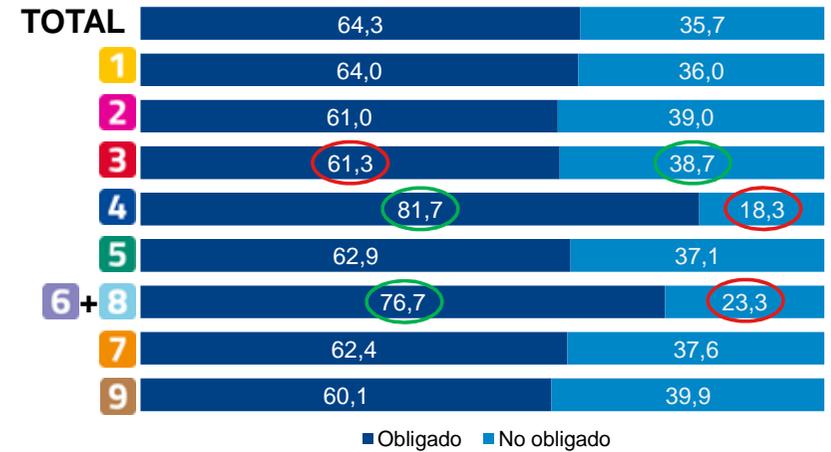


NOTA: Por usuarios OBLIGADOS entendemos aquellos que no disponen de coche para la realización del trayecto

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.10.- ¿Dispone Ud. de coche para la realización del trayecto?

POR LINEA



■ Obligado ■ No obligado

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

EVOLUTIVO



— Obligado

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento de viaje

Perfil de los usuarios obligados y no obligados



Base: Total muestra (3.036)

Unidad: Porcentaje

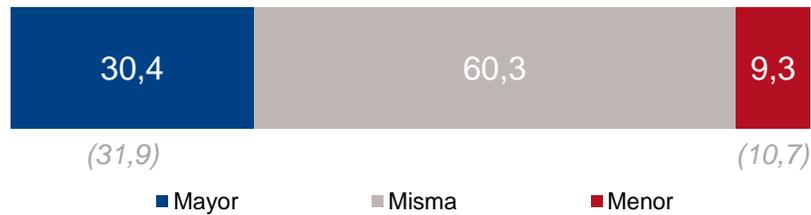
P.10.- ¿Dispone Ud. de coche para la realización del trayecto?

Comportamiento de viaje

Frecuencia con la que usa el metro respecto a hace un año



Ahora viajo con...



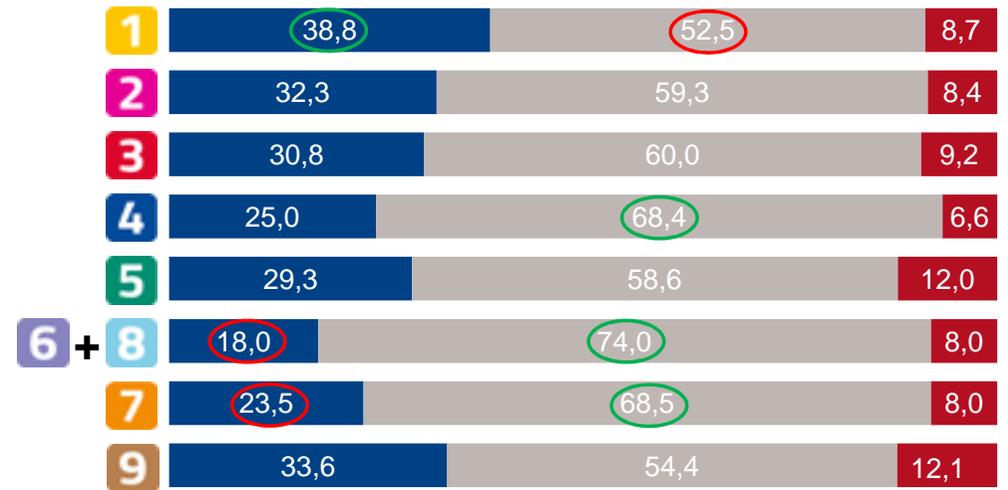
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total contesta (1.573)
Unidad: Porcentaje

P.15. Ahora piense en la frecuencia con la que Ud. utilizaba el metro hace un año. Ahora Ud. viaja en metro...

POR LINEA



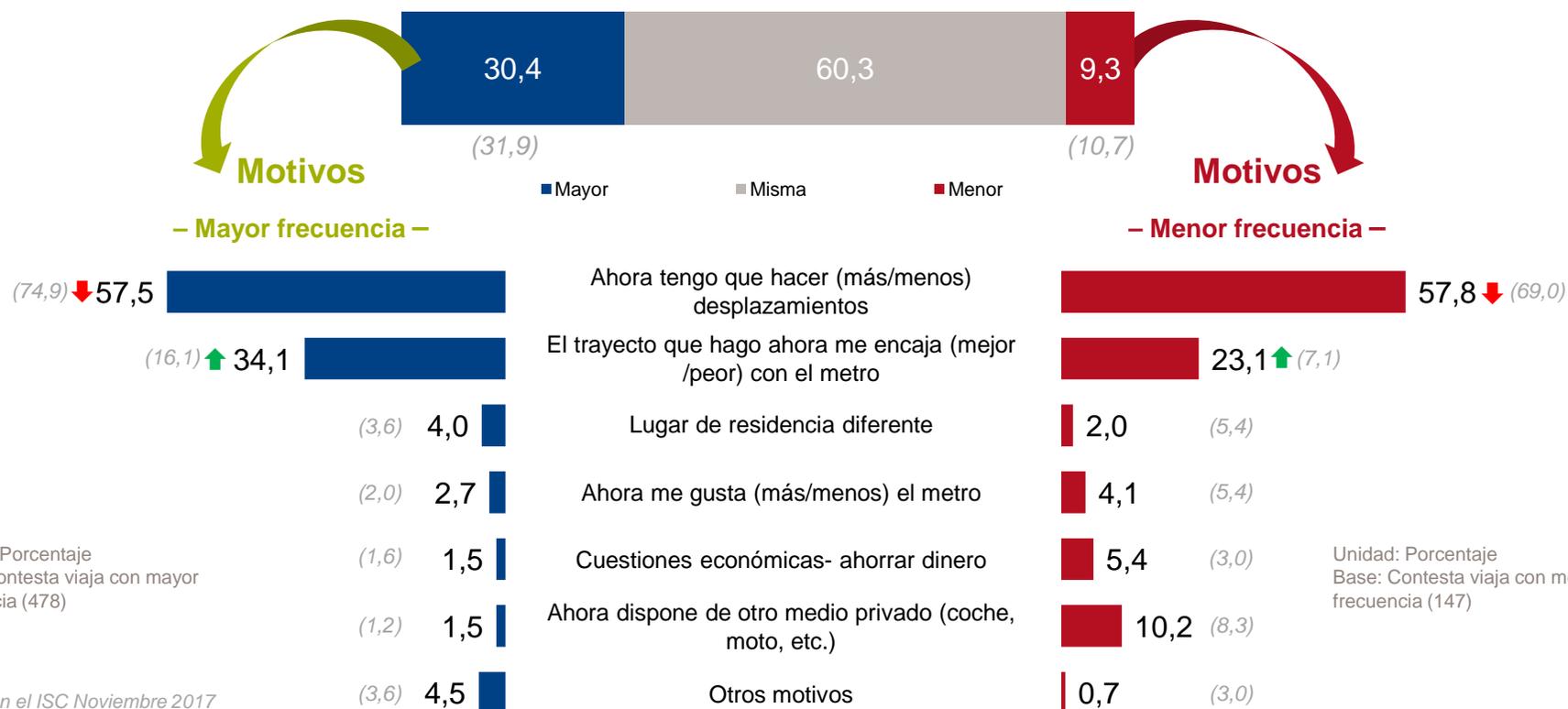
○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

Comportamiento de viaje

Frecuencia con la que usa el metro respecto a hace un año



Ahora viajo con...



Unidad: Porcentaje
Base: Contesta viaja con mayor frecuencia (478)

Unidad: Porcentaje
Base: Contesta viaja con menor frecuencia (147)

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total contesta (1.573)
Unidad: Porcentaje

P.15. Ahora piense en la frecuencia con la que Ud. utilizaba el metro hace un año. Ahora Ud. viaja en metro...

P.16a ¿Por qué motivos viaja con más frecuencia que antes? (ENT: Mostrar cartón y leer respuestas. Respuesta múltiple)

P.16b ¿Por qué motivos viaja con menos frecuencia que antes?(ENT: Mostrar cartón y leer respuestas. Respuesta múltiple)

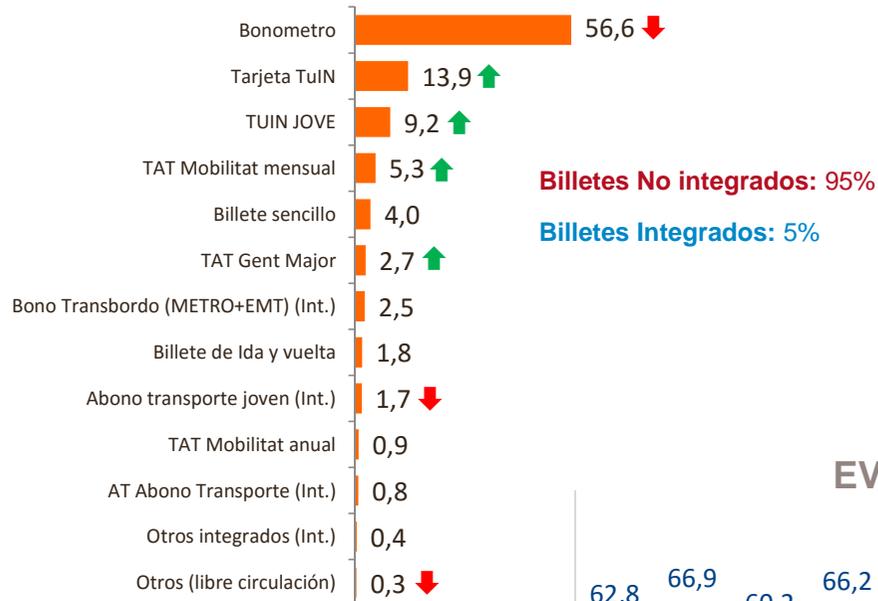
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento de viaje

Tipo de billete



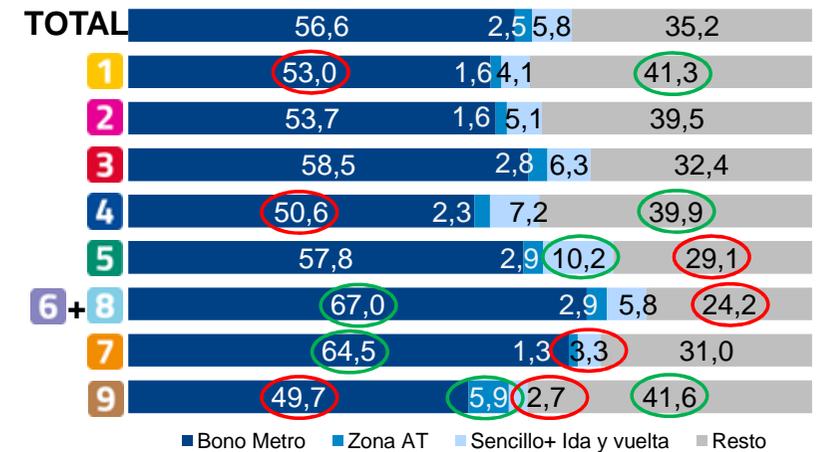
2018



El Bono Metro continúa siendo el tipo de billete más utilizado, aunque su uso baja de manera significativa, en favor de la tarjeta TUIN, TUIN Jove y las TAT Mobilitat Mensual y Gent Major.

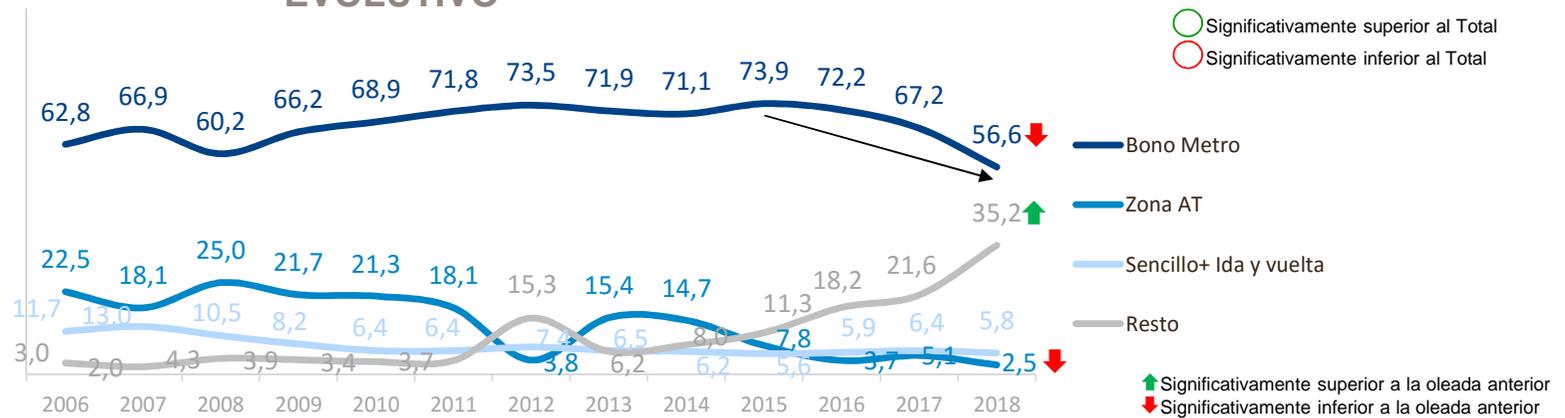
Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje
P.3.- Tipo de billete

POR LINEA



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

EVOLUTIVO

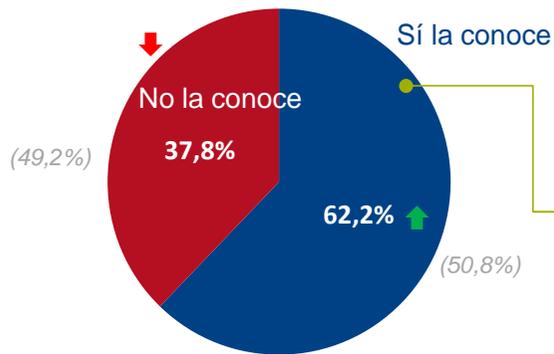


Comportamiento de viaje

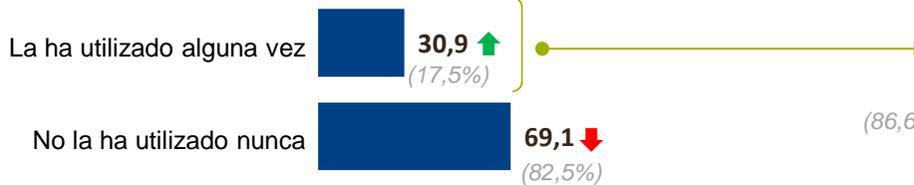
Tarjeta TUIN



Tasa de usuarios que la conocen...



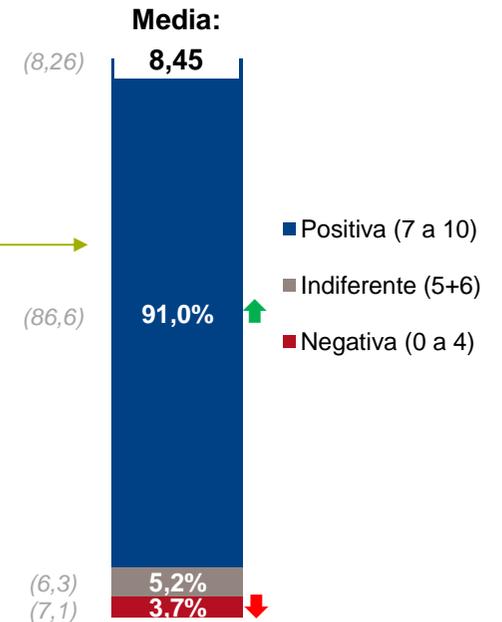
La utilizan?



Valoración tarjeta TUIN:

(escala 0 a 10)

Base= Han utilizado la tarjeta alguna vez (937)



Aumenta el conocimiento y uso de la tarjeta TUIN.

Más de un 60% de los usuarios conoce la tarjeta TUIN y el 31% la ha utilizado alguna vez.

La valoración de la tarjeta entre los usuarios es muy satisfactoria, de 8,45 puntos, la práctica totalidad de los usuarios que la han utilizado la valoran de forma positiva.

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.3.- Tipo de billete

P31 - ¿Conoce Ud. la tarjeta TUIN?

P31A - ¿La ha utilizado alguna vez?

P31B - Por favor podría indicarme cómo valora Ud. la tarjeta TUIN

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento de viaje

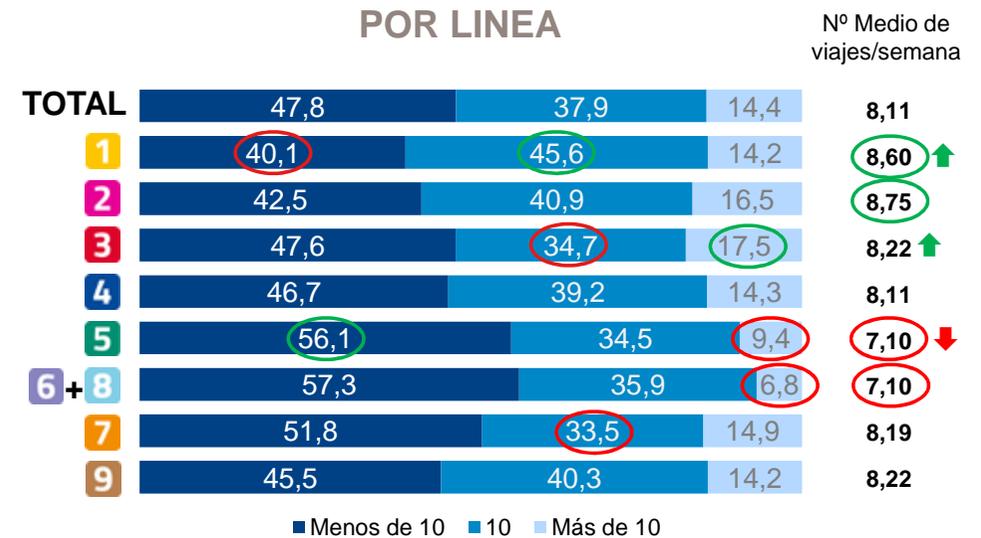
Número de viajes a la semana



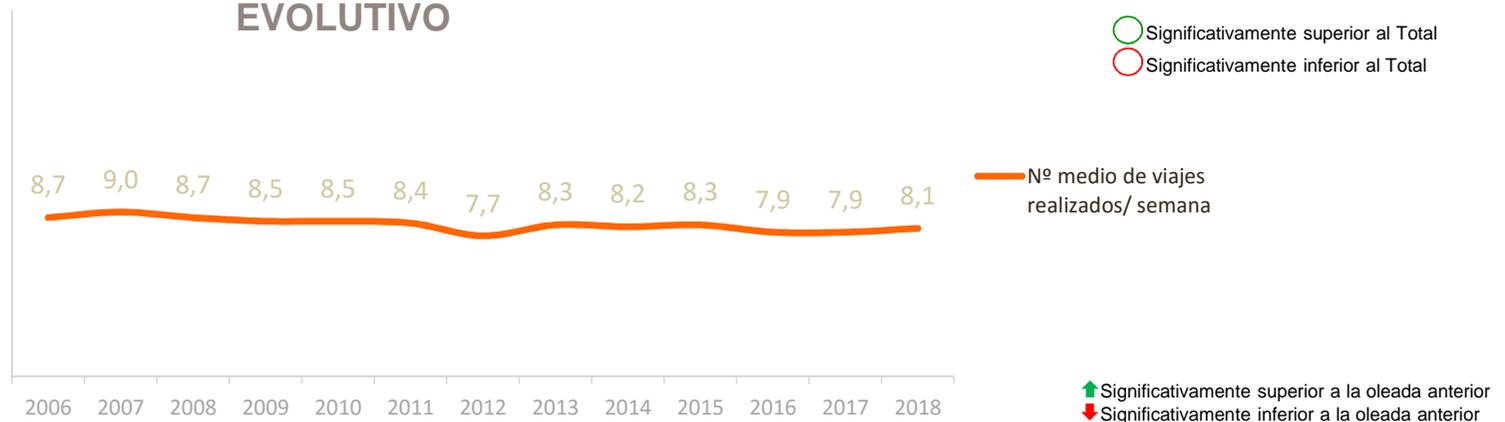
El número medio de viajes realizados a la semana en 2018 se mantiene estable con respecto al año anterior

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.4.- Nº medio de viajes que ha realizado en la última semana



EVOLUTIVO



Comportamiento de viaje

Análisis de la cadena modal: Distancia y medio de desplazamiento



Unidad: Porcentaje y media de minutos
Base: Total muestra (3.036)

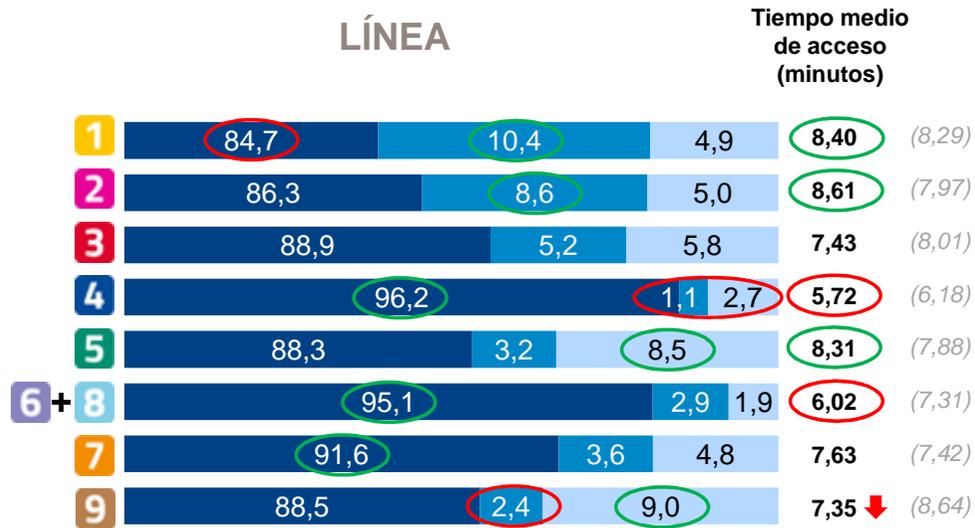
() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

- P.6.- ¿Cómo accede a la parada donde ha subido?
- P.7.- Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo tarda desde el lugar de origen de su viaje a la parada en que se ha subido?
- P.8.- ¿Cómo irá a su destino desde la parada en la que Vd. se bajó?
- P.9.- Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo tarda desde la parada hasta su destino?

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento de viaje

Cadena modal de acceso



Unidad: Porcentaje y media
Base: Total muestra (3.036)

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

P.6.- ¿Cómo accede a la parada donde ha subido?
P.7.- Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo tarda desde el lugar de origen de su viaje a la parada en que se ha subido?

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento del viaje

Metodología obtención distancia recorrida hasta/desde parada



GfK En las preguntas de la cadena modal se ha obtenido el medio de transporte y el tiempo utilizado hasta la parada de subida y desde la parada de metro de bajada.

GfK Para transformarlo en distancia aplicamos la siguientes velocidades medias por medio de transporte utilizado:

Andando:	6 km/hora
Bicicleta:	15 Km/hora
Autobús:	12 Km/hora
Coche:	35 Km/hora
Tren Cercanías:	65 Km/hora

GfK Con estos coeficientes se calcula tanto la distancia recorrida desde el punto de origen hasta la estación de acceso como la distancia entre la estación de bajada y el punto de destino.

GfK Los resultados de aplicar las distancias se muestran en la pagina siguiente.

Comportamiento del viaje

Distribución de viajeros según distancia desde la que acceden



Un 81% de viajeros accede en un radio de 1 km

Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra (3.036)

P.6.- ¿Cómo accede a la parada donde ha subido?

P.7.- Aproximadamente, ¿Cuánto tiempo tarda desde el lugar de origen de su viaje a la parada en que se ha subido?

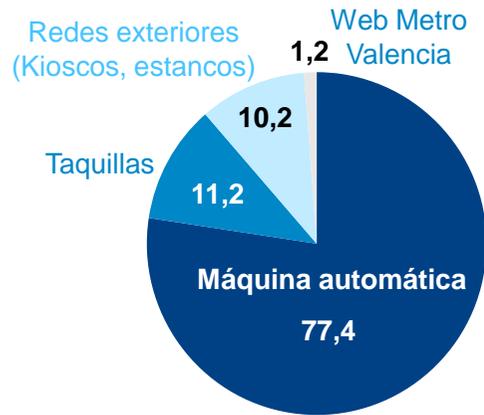
() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Comportamiento del viaje

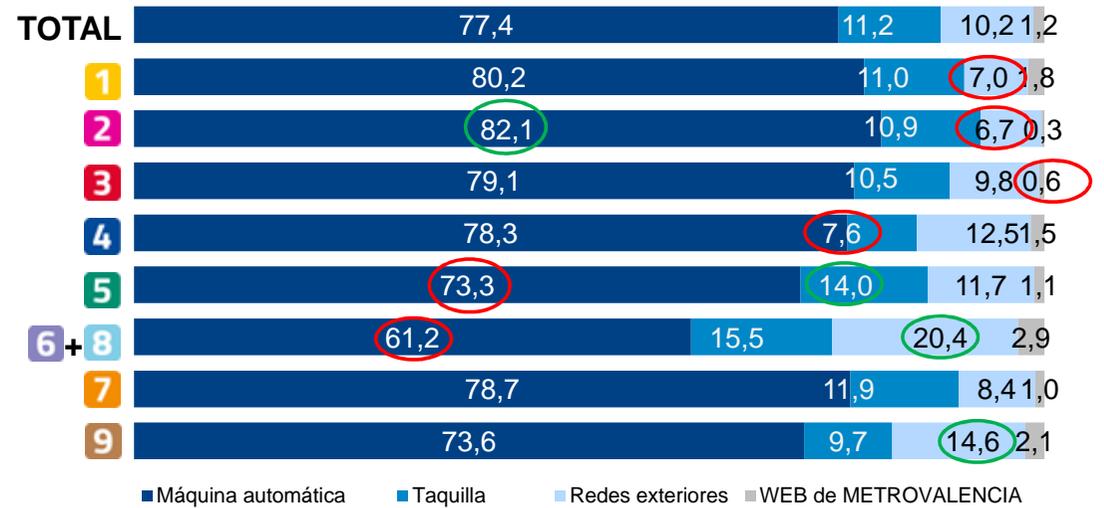
Medios de recarga de los títulos de transporte



¿Cómo recarga habitualmente su título de transporte?



POR LINEA



Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra

P.3.2 ¿A través de qué medio adquiere o recarga Ud. habitualmente su título de transporte?

Significativamente superior: ○ Total ▲ Evolutivo
Significativamente inferior: ○ Total ▼ Evolutivo

Comportamiento del viaje

Tipo de pago de los títulos de transporte



¿Cómo suele Ud. pagar su título de transporte?

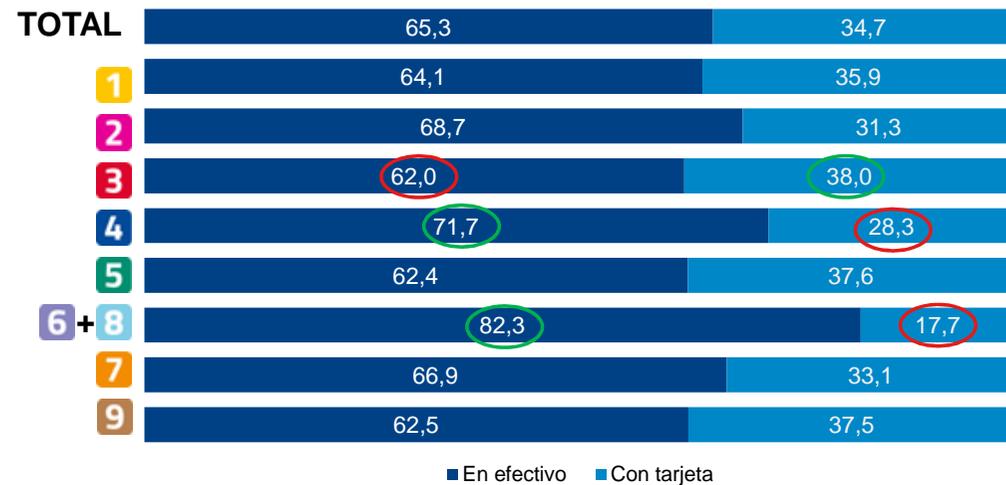


Base: Usuarios que adquieren su título en máquinas automáticas o taquillas (n=2.691)

Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra

P.3.2.1 ¿Cómo suele Ud. pagar?

POR LINEA



Significativamente superior: Total ↑ Evolutivo
Significativamente inferior: Total ↓ Evolutivo

Comportamiento del viaje

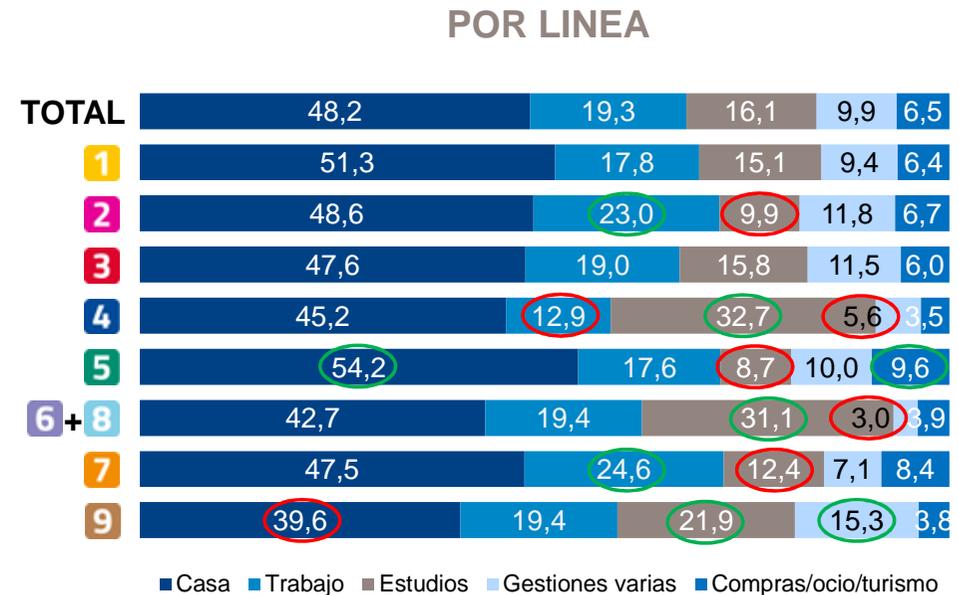
Motivo del viaje - ORIGEN



↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Base: Total muestra (3.036) Unidad: Porcentaje
P.22a.- Motivo del viaje

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes



 Significativamente superior al Total
 Significativamente inferior al Total

Nacionalidad por motivo del viaje



GfK | Confidential

Comportamiento del viaje

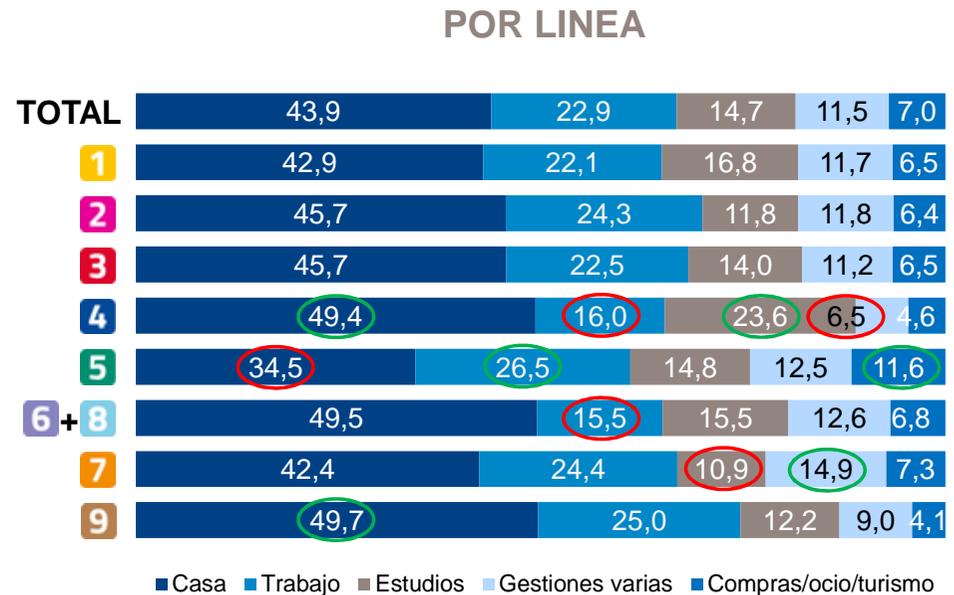
Motivo del viaje - DESTINO



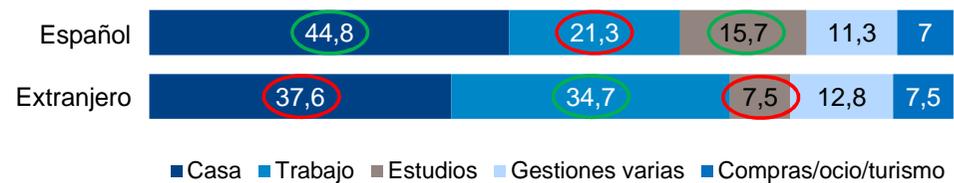
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Base: Total muestra (3.036) Unidad: Porcentaje
P.22b.- Motivo del viaje

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes



Nacionalidad por motivo del viaje



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

GfK | Confidential

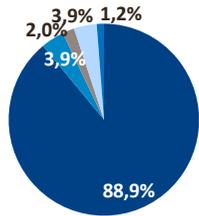
Comportamiento del viaje

Motivo del viaje – ORIGEN – DESTINO por tramos horarios

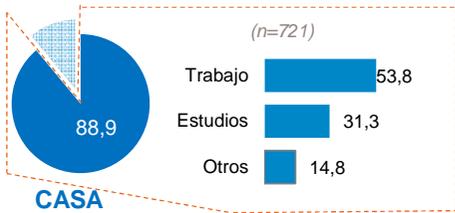
■ Casa ■ Trabajo ■ Estudios ■ Compras/ocio/turismo ■ Gestiones varias

6h a 10h

(n=811)

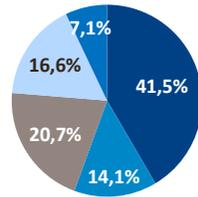


ORIGEN ⇒ DESTINO

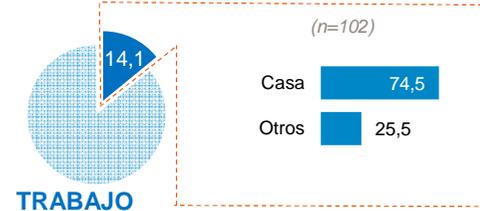
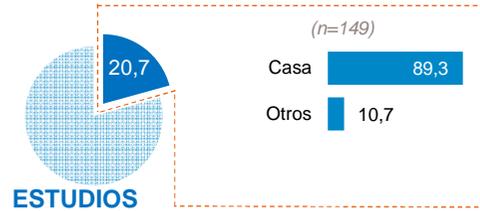


10h a 14h

(n=721)

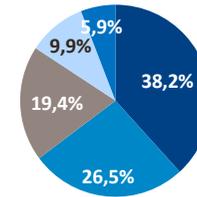


ORIGEN ⇒ DESTINO

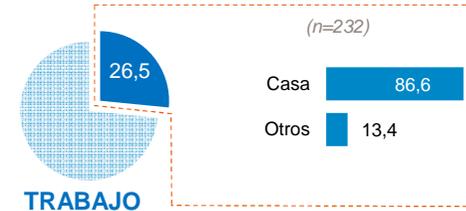
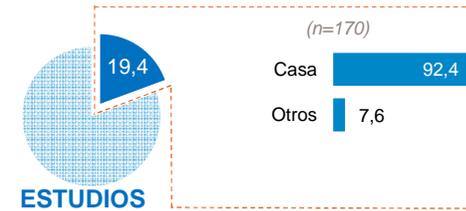
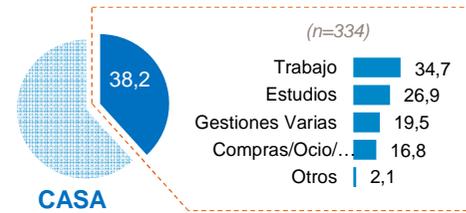


14h a 18h

(n=875)

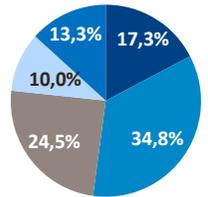


ORIGEN ⇒ DESTINO

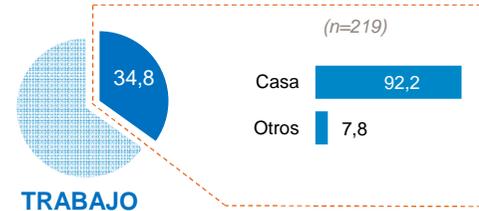
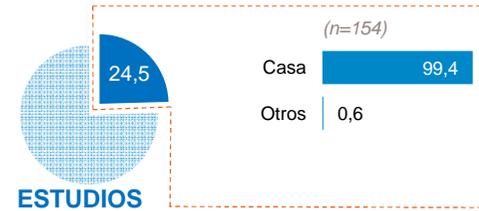


18h a 22h

(n=629)



ORIGEN ⇒ DESTINO



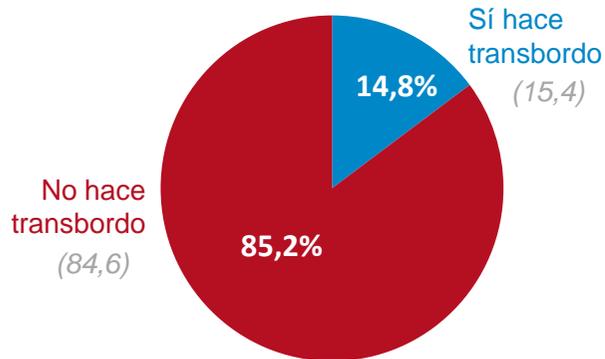
Unidad: Porcentaje
P.22.- Motivo del viaje

Comportamiento del viaje

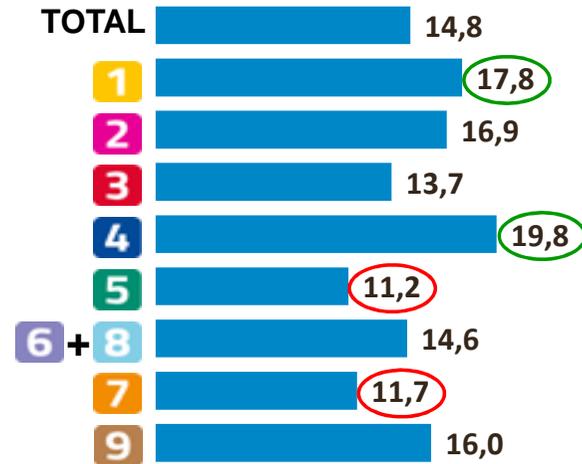
Tasa de viajeros que realiza transbordo



2018



POR LINEA



Los usuarios de la L1 y la L4 realizan más transbordos que en el conjunto de la Red Metro, mientras que los viajeros de L5 y L7, menos.

La tasa de transbordos se mantiene constante.



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

— Realiza transbordo

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)

Unidad: Porcentaje

P.2.- ¿Va a hacer Ud. transbordo en lo que resta de viaje? ¿en qué estación?

Nota: Para la estimación de transbordo se consideran los viajeros que van a realizar un transbordo en lo que queda de viaje

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento del viaje

Transbordo por estación en lo que queda de viaje



Realización de Transbordo



Unidad: Porcentaje
Base: Total muestra (3.036)

■ No hace transbordo ■ Hace transbordo

ESTACIÓN DE TRANSBORDO (*)

	2018	2017	2016	2015	2014	2013	2012 (*)	2011 (*)	2010 (*)	2009 (*)	2008 (*)
Ángel Guimerá	40,2	40,8	38,6	38,7	39,9	36,4	44,3	44,3	45,9	46,5	48,0
Empalme	18,6 ↑	11,6	15,6	16,2	17,0	18,8	17,3	16,5	16,7	15,4	15,0
Benimaclet	14,7	20,5	20,0	19,3	16,4	18,5	17,5	19,4	13,9	16,4	18,6
Colón	12,4	10,8	10,7	9,6	9,2	10,4	13,5	9,1	9,5	13,5	9,4
Maritim- Serrería	2	4,3	2,7	3,4	4,4	3,1	N.D	N.D	N.D	N.D	N.D
Alameda	4,7	3,6	2,9	2,6	2,5	3,1	6,6	3,8	4,9	2,3	2,7
Otros (Jesús, Avda. Cid,...)	7,4	8,4	9,5	10,2	10,6	12,8	6,0	7,3	12,0	7,7	7,9

* Los porcentajes suman más de 100% debido a que un porcentaje de usuarios que transborda lo hace más de una vez (en dos estaciones). En estas mediciones se realizó una sola pregunta al respecto (por lo que podía tener respuesta múltiple, mientras que en las mediciones 2013-2014 se ha desagregado por realización de transbordo previo a la estación donde se ha realizado la encuesta y transbordo en lo que queda de viaje, por lo que la respuesta ha sido simple en ambas preguntas.

Unidad: Porcentaje
Base: Realiza transbordo (450)

P.2.- ¿Va a hacer Ud. transbordo en lo que resta de viaje? ¿en qué estación?

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Comportamiento del viaje

Análisis origen – destino por coronas



Corona de <u>BAJADA</u>	Corona de <u>SUBIDA</u>				
	TOTAL (n=3.068)	A (n=2.289)	B (n=653)	C (n=84)	D (n=42)
A	61,9	59,1	70,3	55,6	93,2
B	27,7	30,1	21,6	22,2	2,3
C	8,9	9,2	7,4	16,7	2,3
D	1,4	1,5	0,6	5,6	2,3

Unidad: Porcentaje de viajeros subidos en cada corona
 Base: Subidos en cada corona

○ Significativamente superior al Total
 ↑ Significativamente superior a la oleada anterior
○ Significativamente inferior al Total
 ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Parte 1- Caracterización del usuario

II. Comportamiento del viaje

III. Perfil del viajero

Perfil del viajero

Planteamiento

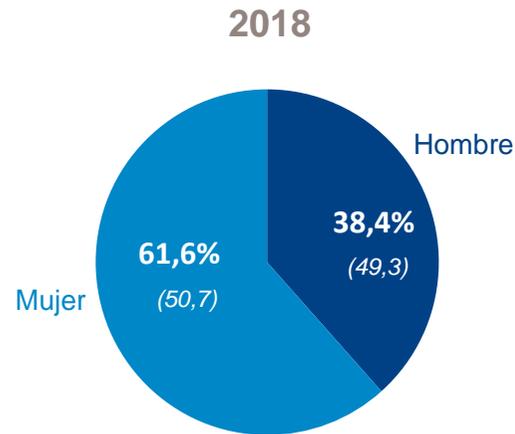


 En este capítulo se analiza el perfil sociodemográfico de los usuarios de la red de Metrovalencia, las variables analizadas han sido:

1. Sexo
2. Edad
3. Nivel de estudios
4. Ocupación
5. Nivel socio- económico
6. Lugar de residencia
7. Nacionalidad

Perfil del viajero

Sexo



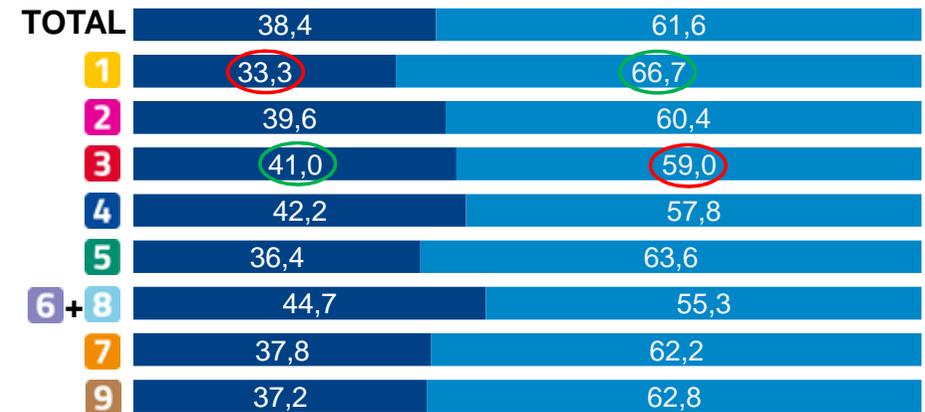
Se mantiene el peso de ambos colectivos en los usuarios de la red de Metrovalencia, con una tendencia de acercamiento

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.17.- Sexo
Entre paréntesis: Datos obtenidos del padrón continuo del INE 2018. Datos de población general a nivel de Comunitat Valenciana

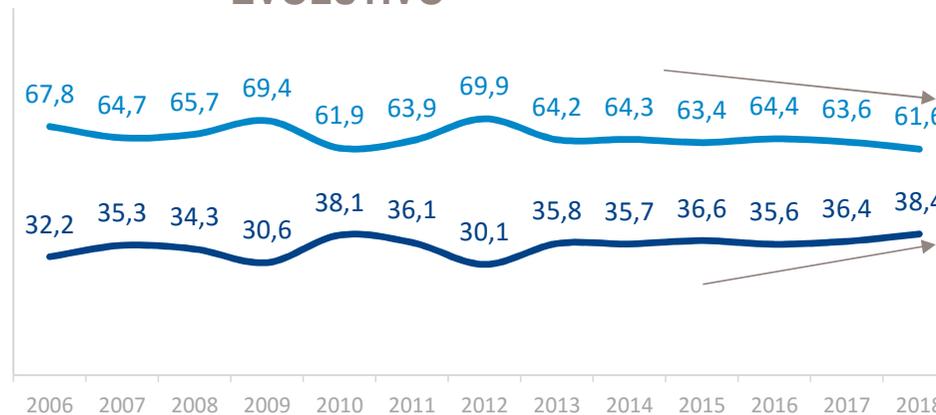
© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

POR LINEA



■ Hombre ■ Mujer

EVOLUTIVO



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

— Mujer
— Hombre

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

GfK | Confidential

Perfil del viajero

Edad



La edad media se eleva ligeramente con respecto a la ola anterior, volviendo a niveles de 2016,

En L2 y la L7 los viajeros tienen una edad media superior al conjunto de la red, mientras que los usuarios de la línea L4, son más jóvenes.

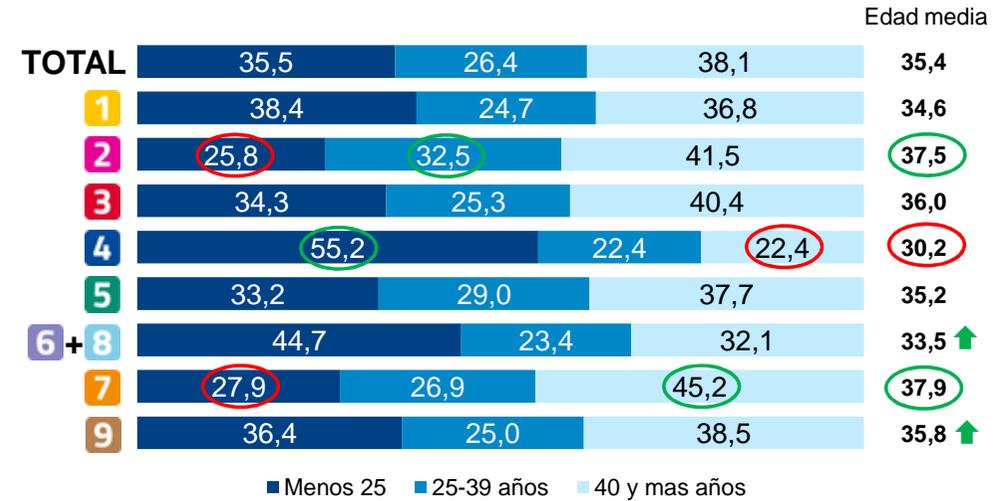
Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.20.-21.- Edad

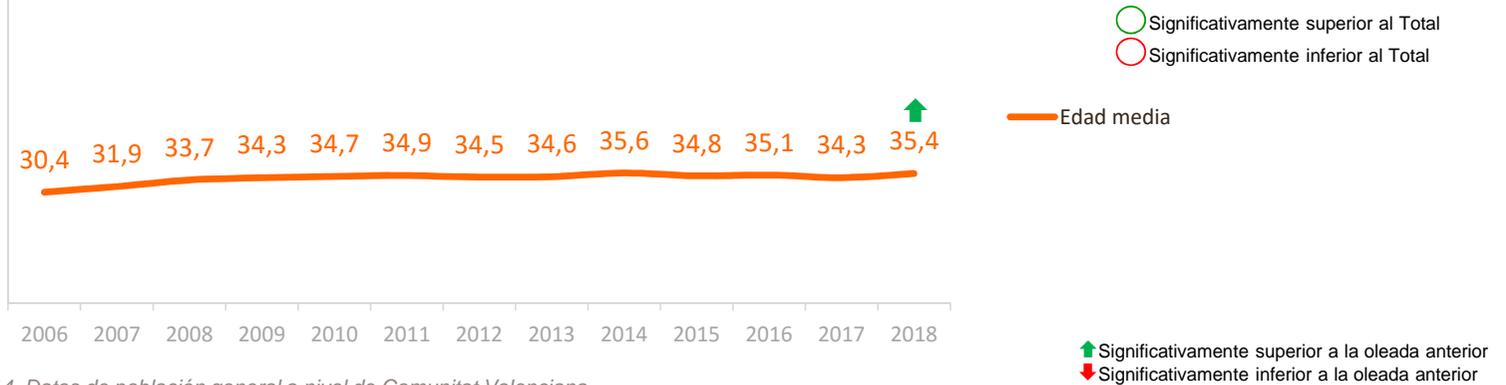
Entre paréntesis: Datos obtenidos del padrón continuo del INE 2014. Datos de población general a nivel de Comunitat Valenciana

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

POR LINEA



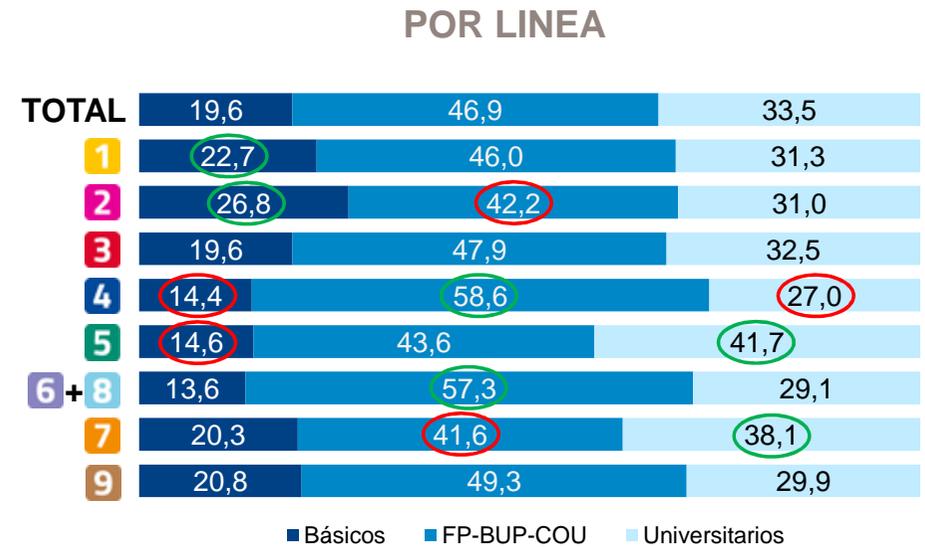
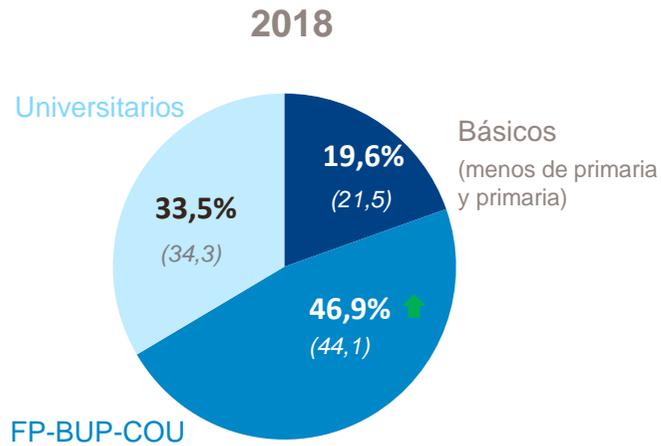
EVOLUTIVO



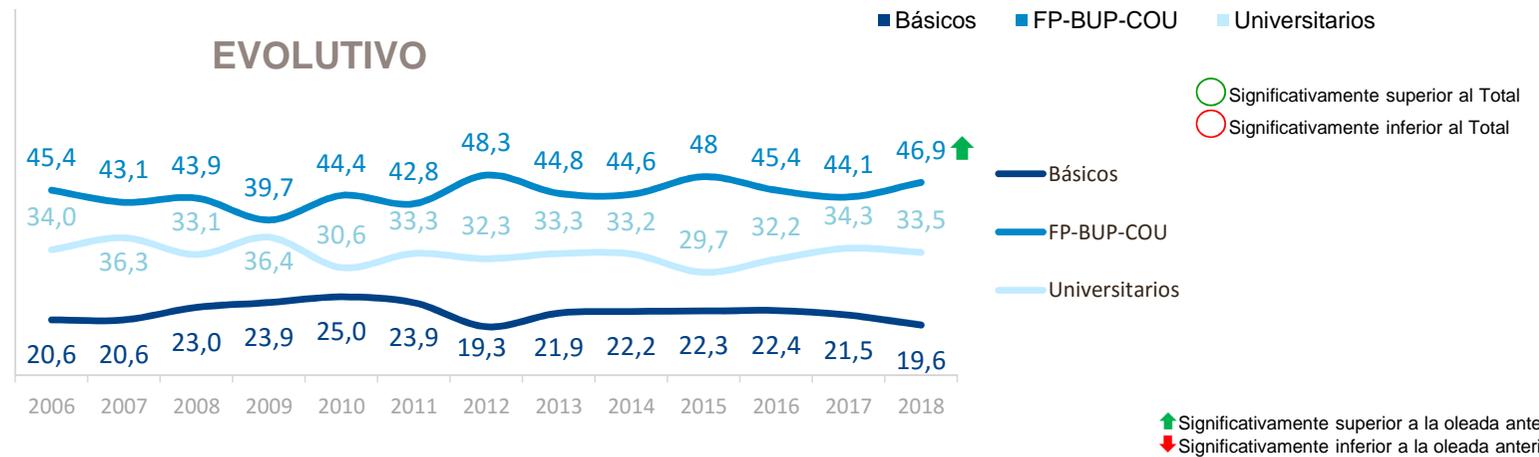
GfK | Confidential

Perfil del viajero

Nivel de Estudios



Aumenta la tasa de usuarios con estudios medios respecto a 2017



() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)

Unidad: Porcentaje

P.18.- Estudios finalizados

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

GfK | Confidential

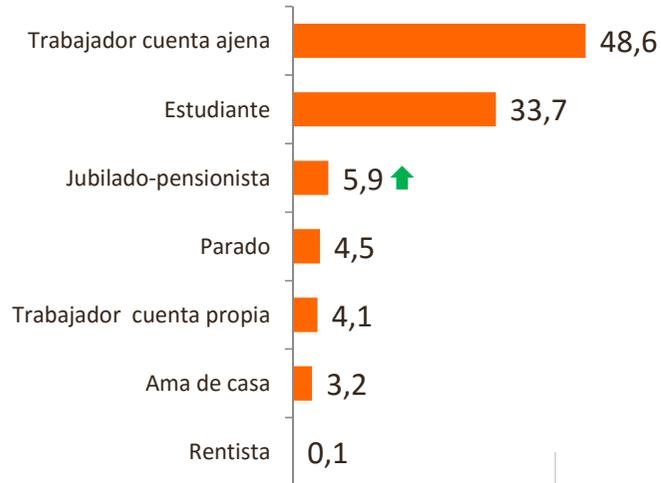
41

Perfil del viajero

Ocupación

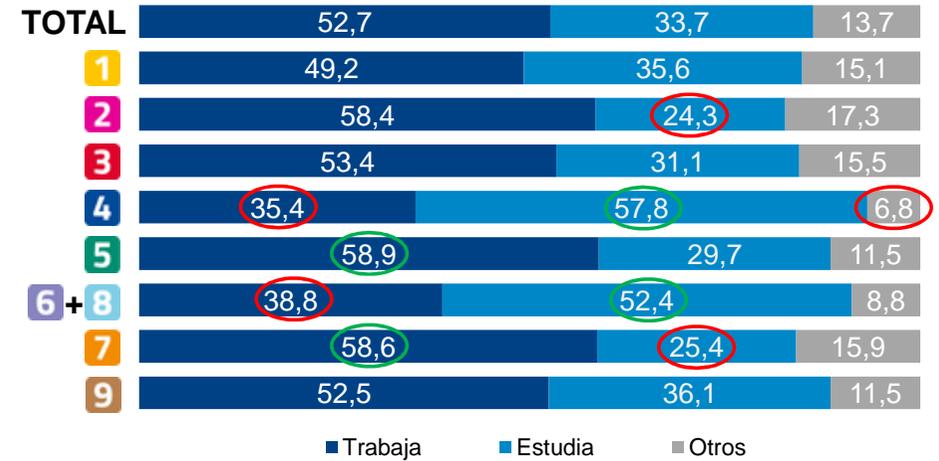


2018

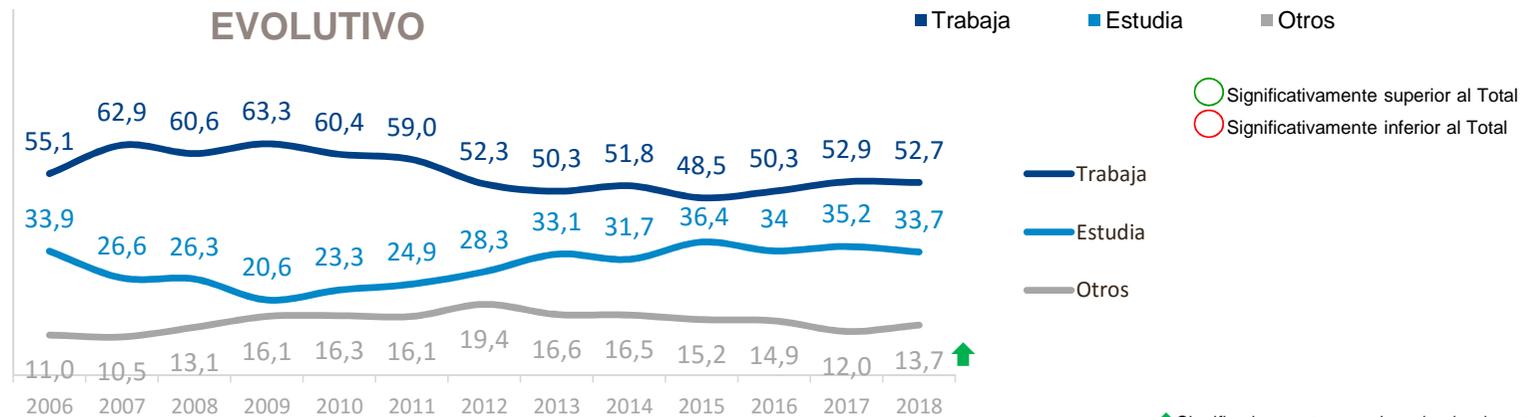


Aumenta la tasa de viajeros jubilados con respecto a la ola anterior.

POR LINEA



EVOLUTIVO



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.19.- Ocupación actual

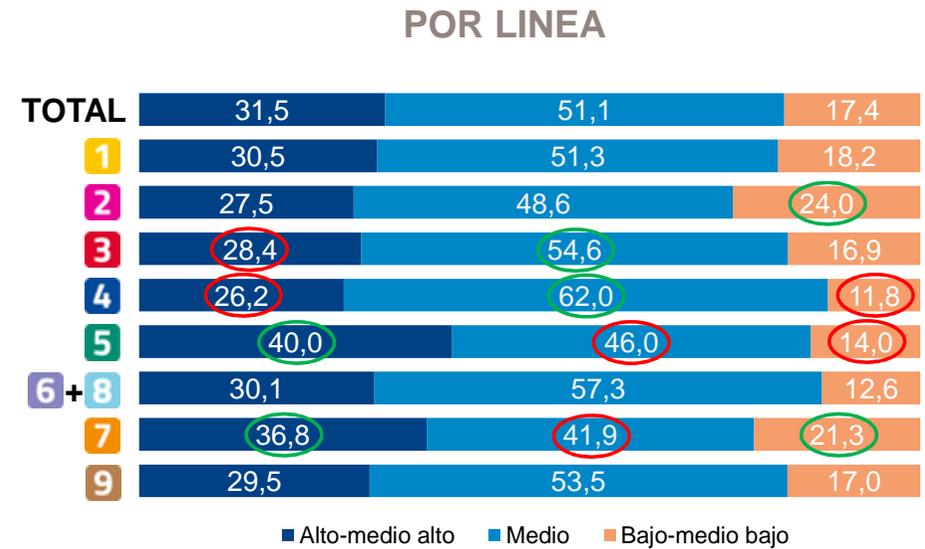
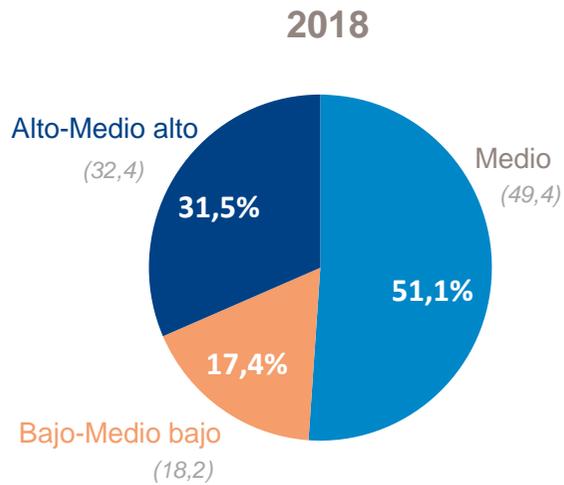
© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

GfK | Confidential

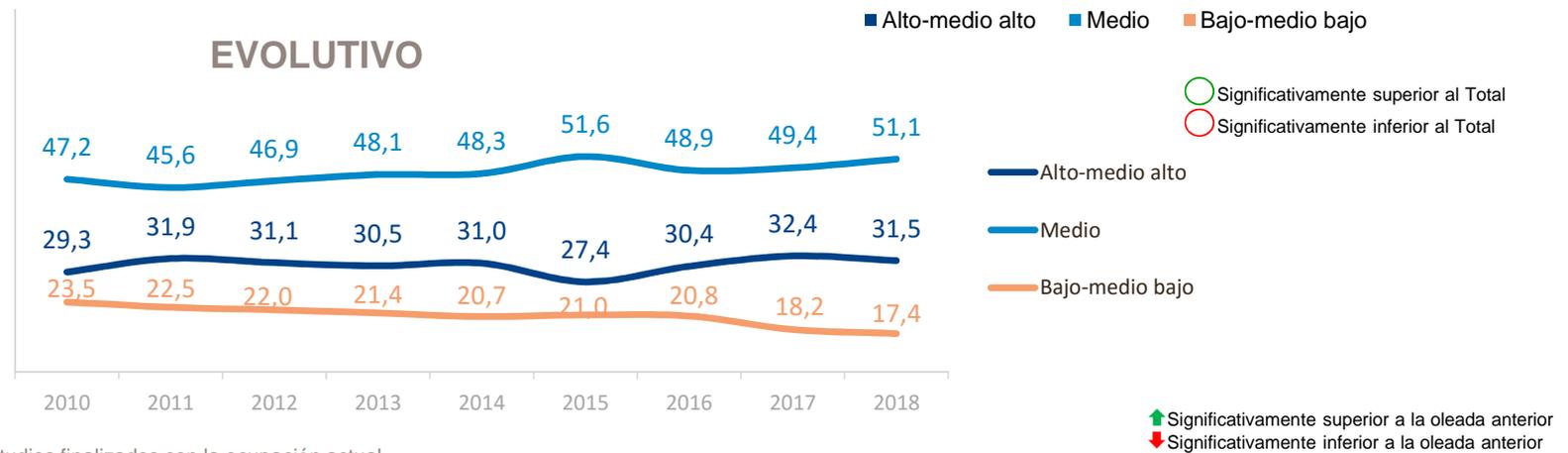
42

Perfil del viajero

Nivel Socioeconómico



Mayor nivel socioeconómico en la L5 y L7



() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

El nivel socioeconómico se estima cruzando el nivel de estudios finalizados con la ocupación actual

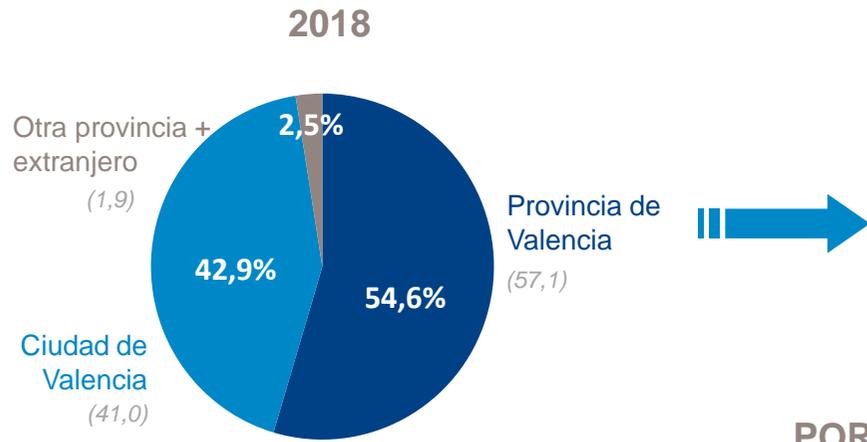
© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

GfK | Confidential

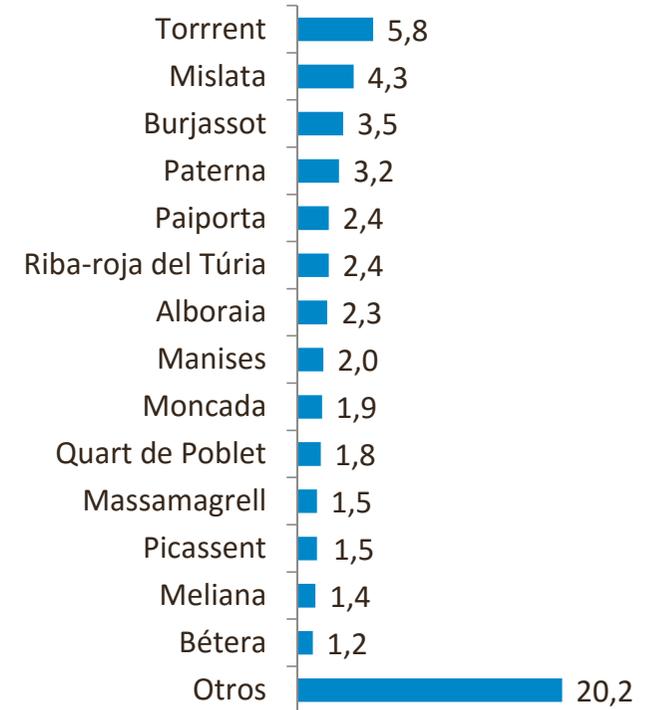
43

Perfil del viajero

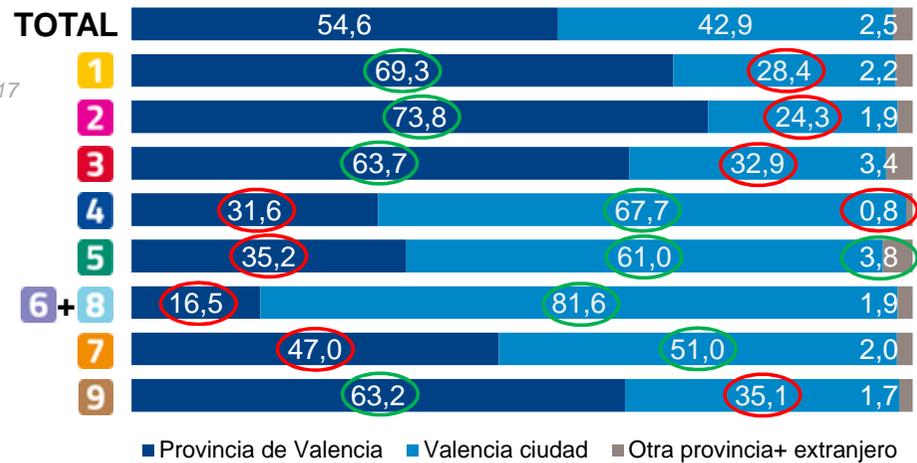
Lugar de Residencia



Municipios de la provincia de Valencia



POR LINEA



() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.23.- Código postal donde vive actualmente

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

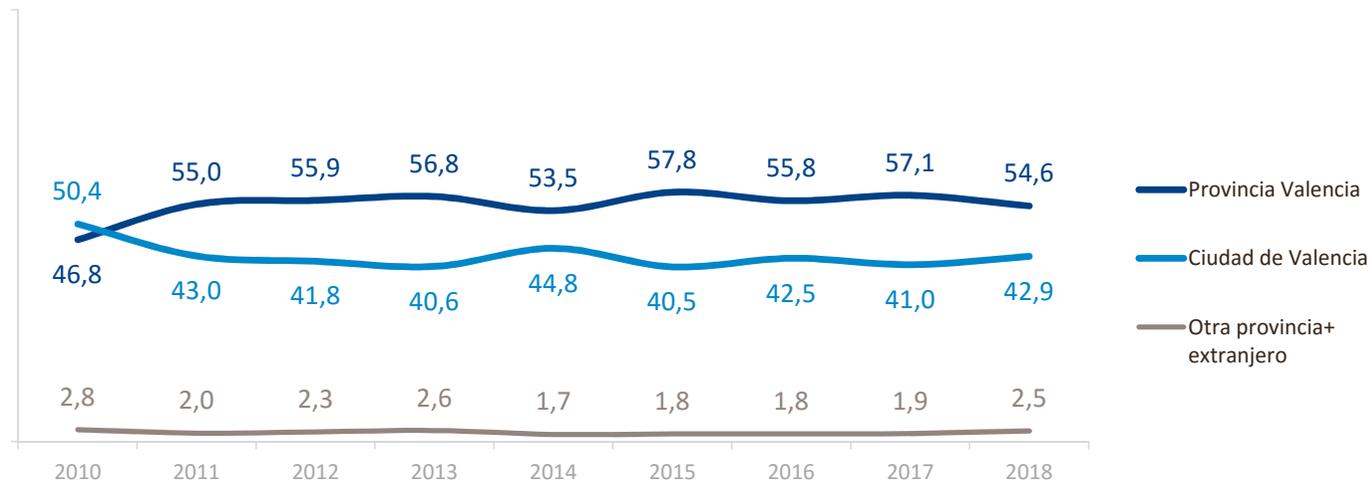
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Perfil del viajero

Lugar de Residencia



EVOLUTIVO



Base: Total muestra (3.036)

Unidad: Porcentaje

P.23.- Código postal donde vive actualmente

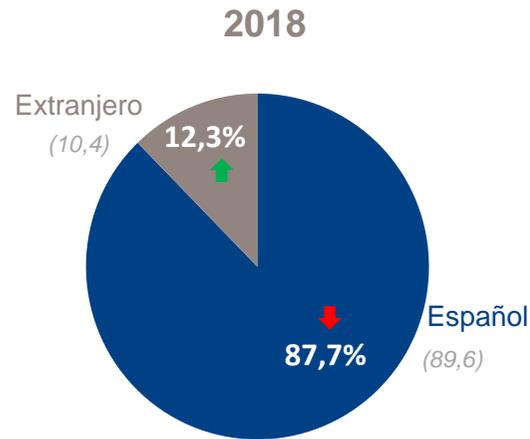
© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

▲ Significativamente superior a la oleada anterior
▼ Significativamente inferior a la oleada anterior

GfK | Confidential

Perfil del viajero

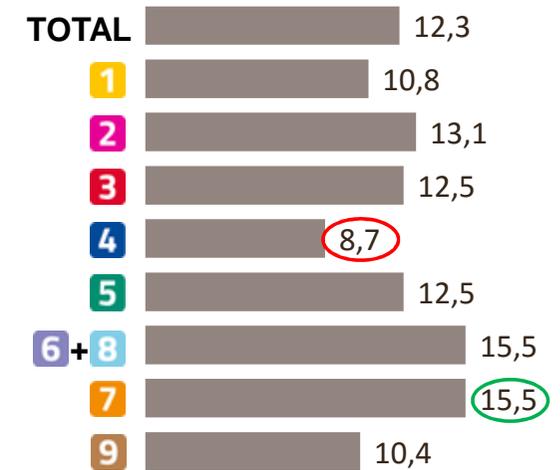
Tasa de viajeros extranjeros



Algo más de uno de cada diez viajeros de la red de metro es extranjero.

La tasa de usuarios extranjeros alcanza un máximo histórico continuando con la senda de crecimiento iniciada en 2016

POR LINEA



() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

EVOLUTIVO



— Usuarios Extranjeros de Metrovalencia
 — Extranjeros en Provincia de Valencia

○ Significativamente superior al Total
 ○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
 ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Base: Total muestra (3.036)
 Unidad: Porcentaje

P.24.- Extranjero

Perfil del viajero

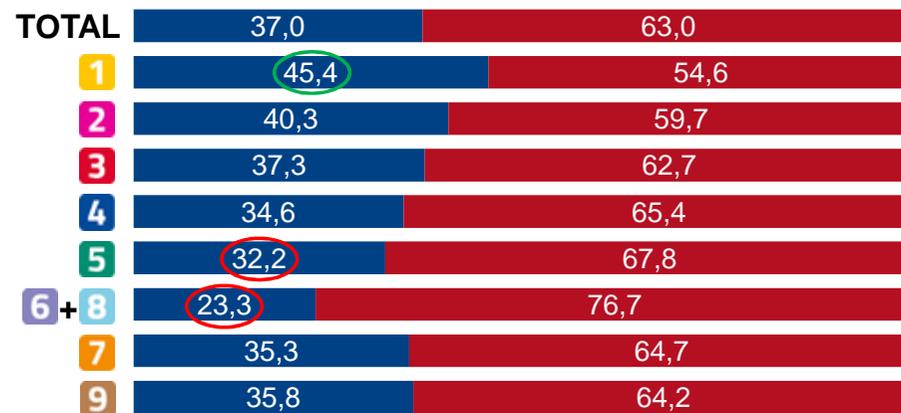
Conocimiento recarga online



Conocimiento recarga online 2018

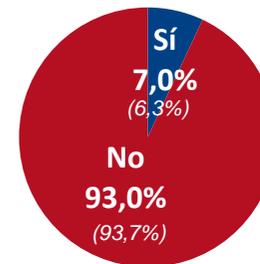


POR LINEA



■ Sí ■ No

Ha recargado..... 2018



POR LINEA



■ Sí ■ No

Base: Total muestra (3.036)
Unidad: Porcentaje

P.16d Ahora Ud. puede recargar su tarjeta de transporte online, a través de la web de metrovalencia, ¿conocía Ud. esta opción?

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

() Datos obtenidos en el ISC Noviembre 2017

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total
↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

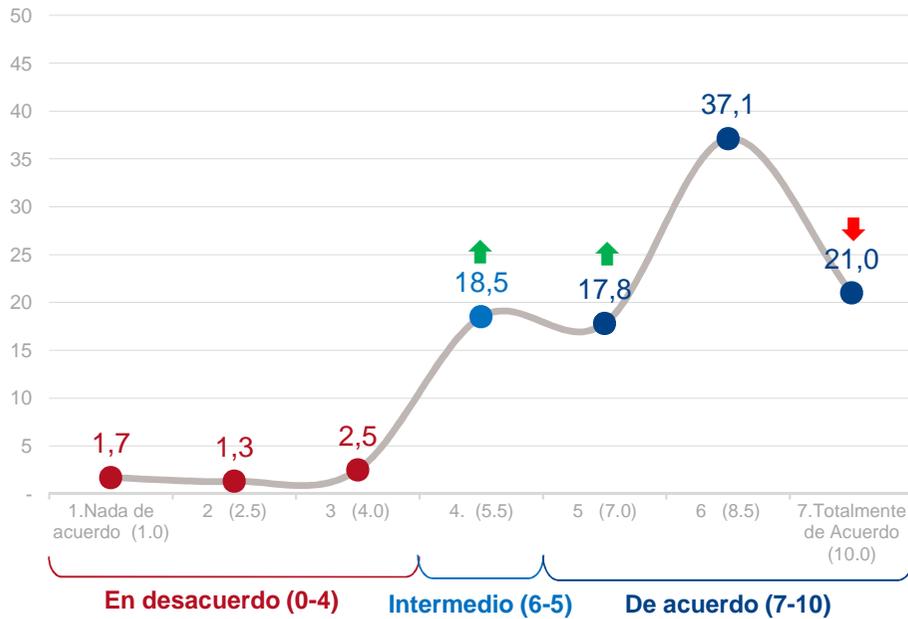
GfK | Confidential

Perfil del viajero

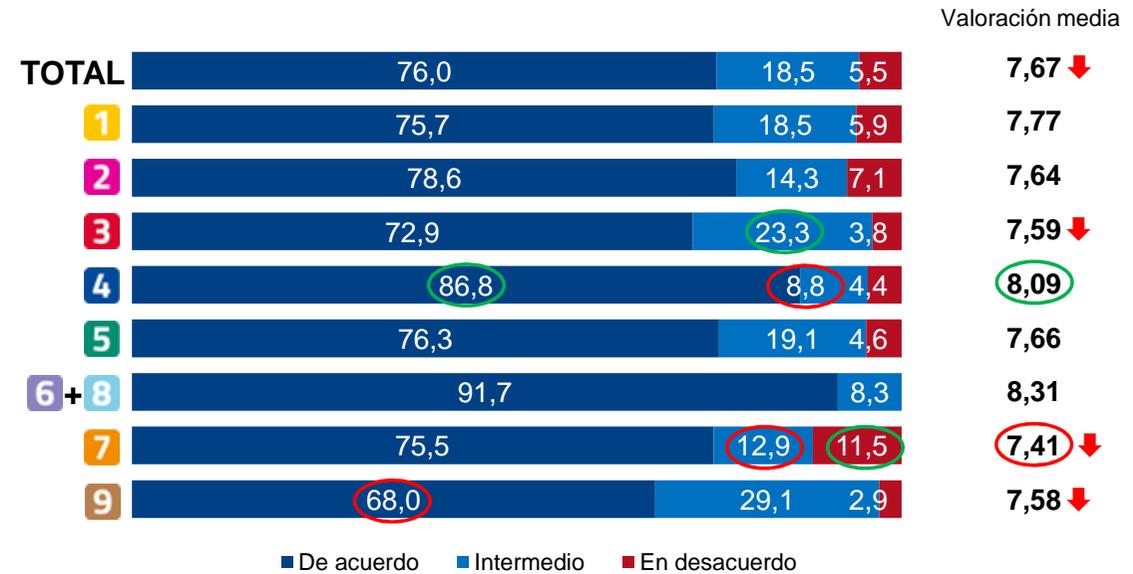
Valoración recarga online



GRADO DE ACUERDO: 7,67



POR LINEA



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Unidad: Porcentaje y medias
Base: Conocen el servicio de recarga on-line (1.172)

P.16f Y ¿hasta qué punto está Ud. satisfecho con este servicio de recarga online? Por favor utilice una escala de 1 a 7 donde 1 es "muy mal" y 7 es "muy bien".

Parte 2- Análisis de satisfacción

Análisis de satisfacción

Planteamiento



 El análisis de la satisfacción de los usuarios de la red de Metrovalencia se estructura de la siguiente manera:

1. Análisis de la satisfacción **a nivel global** (*capítulo IV*).
2. Análisis de la satisfacción a nivel de **atributos- factores** (*capítulo V*).
 - En primer lugar se jerarquizan los atributos- factores en función de su **importancia** en la valoración global.
 - A continuación se analiza la **satisfacción** de los usuarios con cada uno de los atributos.

En base al análisis conjunto de ambos indicadores, se realiza un **diagnóstico** de la situación de cada uno de los atributos.

3. **Análisis KDA**. De forma complementaria se ha realizado un análisis KDA, herramienta que permite clasificar los atributos en función de su importancia en la satisfacción o insatisfacción que generan (*capítulo VI*).

Parte 2- Análisis de satisfacción

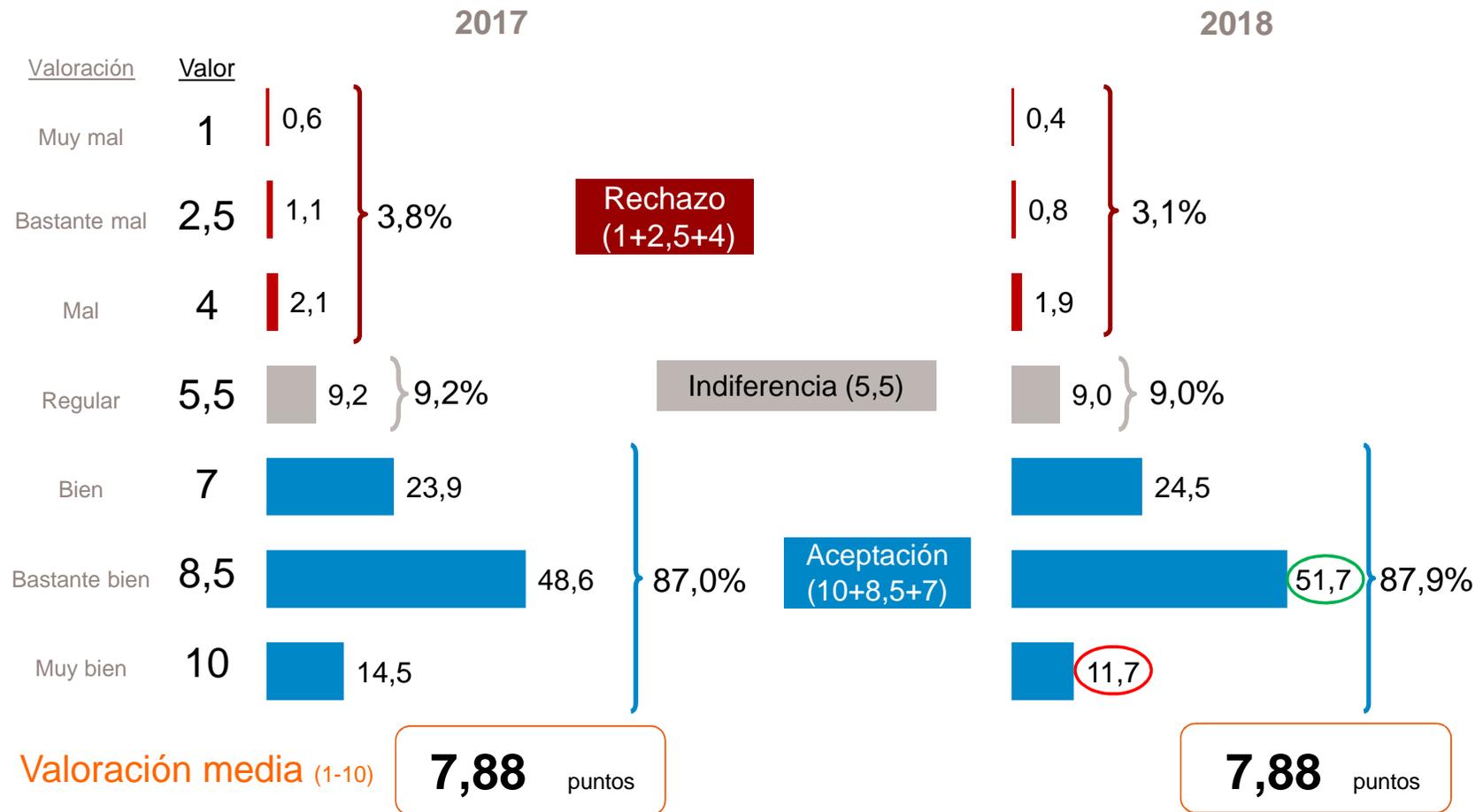
IV. Satisfacción global

V. Satisfacción por atributos

VI. Análisis KDA

Satisfacción global

2018 vs 2017



Unidad: Porcentaje y media

Base: Total muestra 2017 (3.068) y 2018 (3.036)

P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

© GfK Noviembre 2018 | Estudio de Satisfacción de Clientes

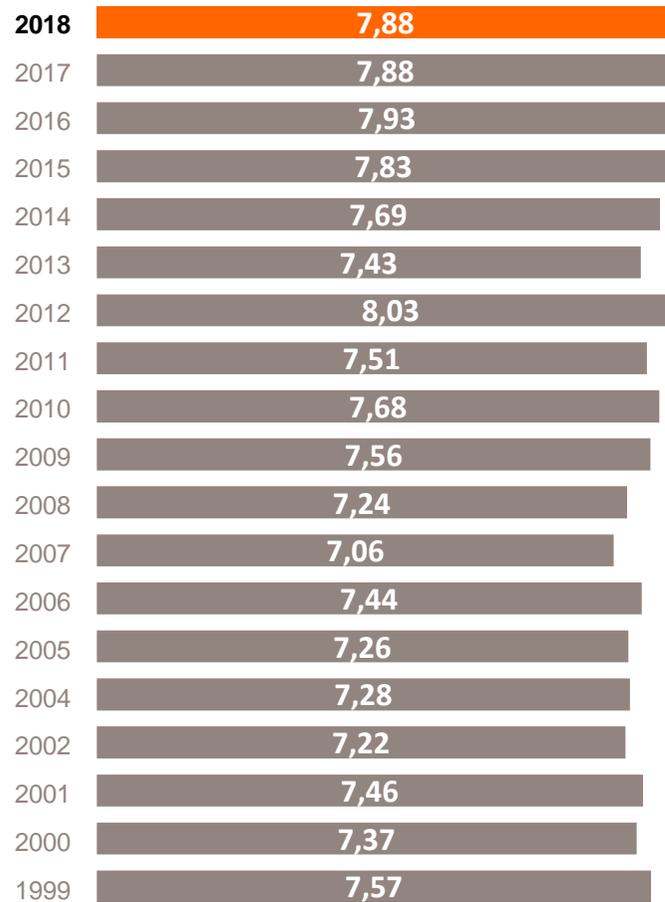
○ Significativamente superior a la oleada anterior

○ Significativamente inferior a la oleada anterior

GfK | Confidential

Satisfacción global

Evolución 1999 - 2018



Unidad: Puntuación media en una escala de 1 a 10 puntos

Base: Total muestra de cada año

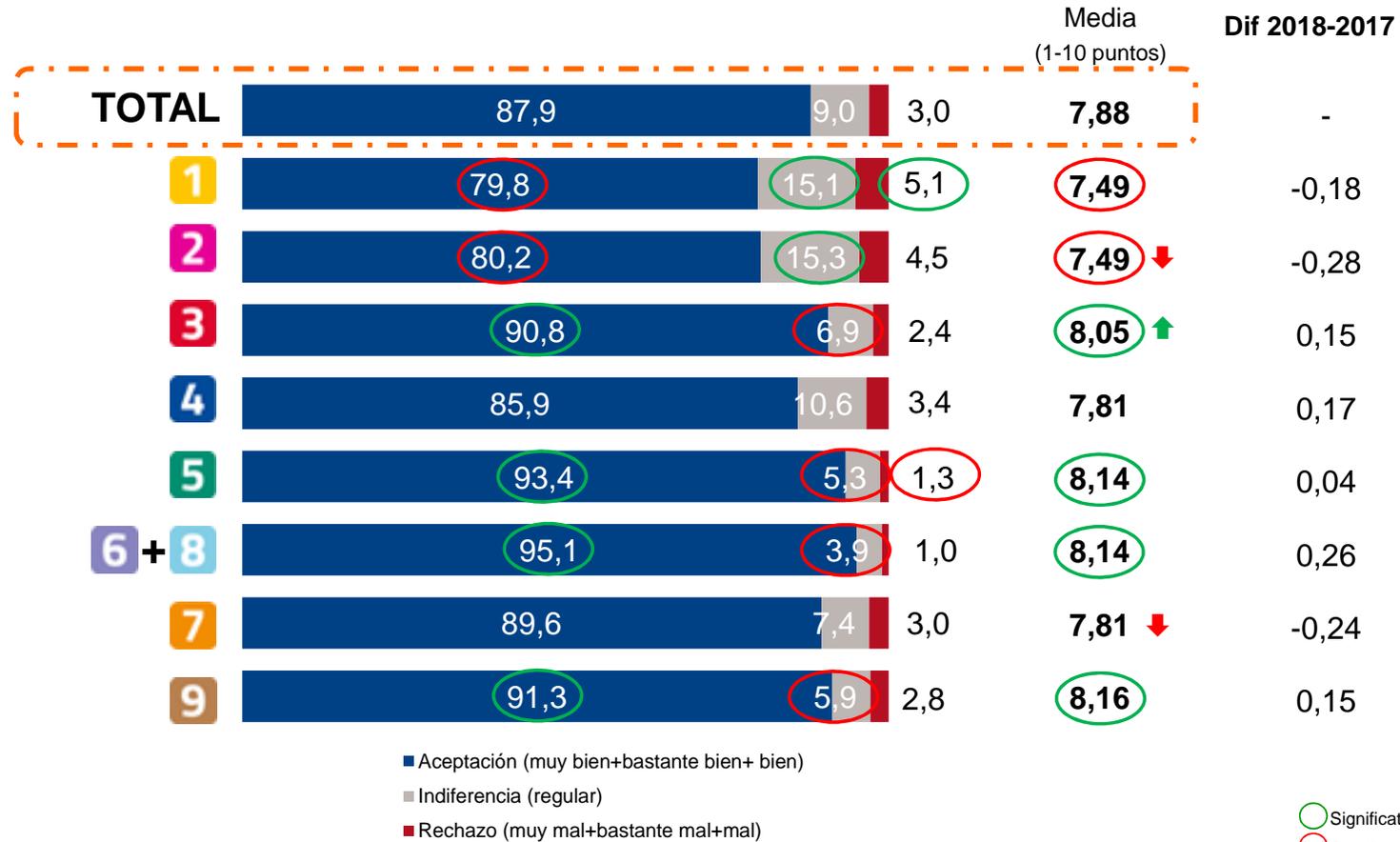
P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

(*) Medición no realizada por GfK

- Significativamente superior a la oleada anterior
- Significativamente inferior a la oleada anterior

Satisfacción global

Evolutivo por líneas 2017 - 2018



■ Aceptación (muy bien+bastante bien+ bien)
 ■ Indiferencia (regular)
 ■ Rechazo (muy mal+bastante mal+mal)

○ Significativamente superior al Total
 ○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
 ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

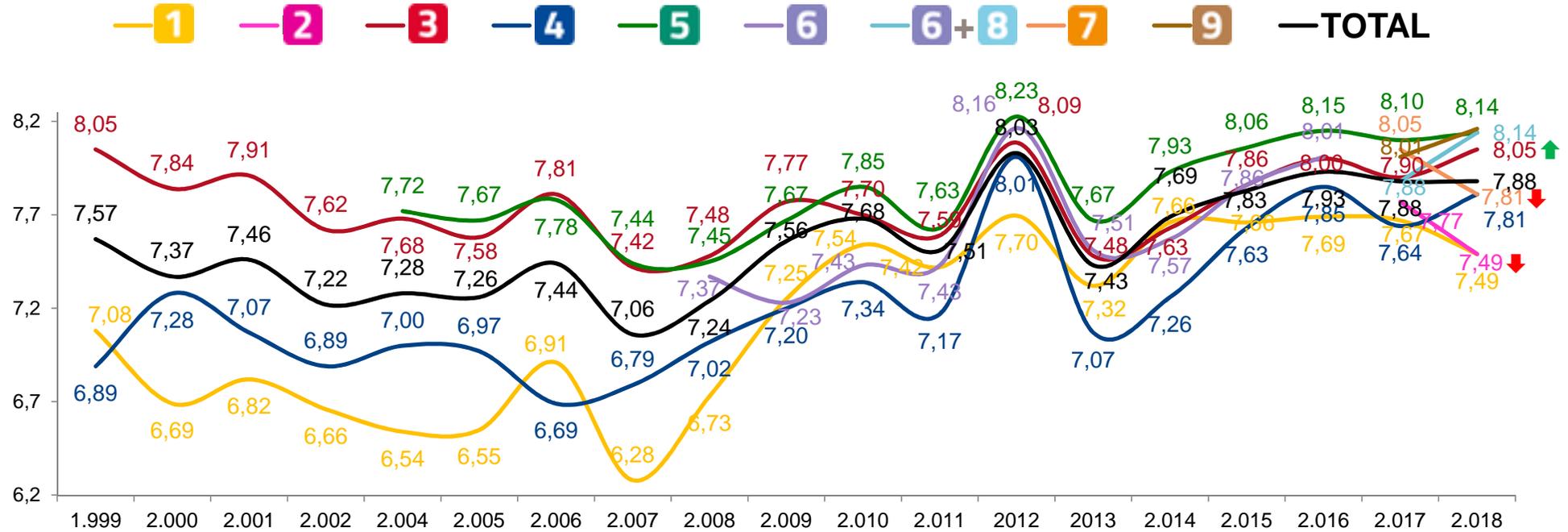
Unidad: Porcentaje y media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)

Base: Total muestra (3.036 y entrevistas efectuadas en cada línea (L1-489, L2-313, L3-714, L4-263, L5-472, L6 y L8-103, L7-394, L9-288)

P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

Evolución por líneas 1999 - 2018



Nota: para realizar este análisis evolutivo entre 2016 y 2017 se han realizado las siguientes agrupaciones de líneas: (L1=L1+L2 (809); L3=L3+9 (1052); L4=L4 (259); L5=L5+L8+L7 (805) L6=L6 (143))

NOTA: La línea L-5 empieza a medirse en el año 2004. La línea L-6 empieza a medirse en 2008.

Unidad: Porcentaje y media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)

Base: Total muestra (3.036 y entrevistas efectuadas en cada línea (L1-489, L2-313, L3-714, L4-263, L5-472, L6 y L8-103, L7-394, L9-288))

▲ Significativamente superior a la oleada anterior
▼ Significativamente inferior a la oleada anterior

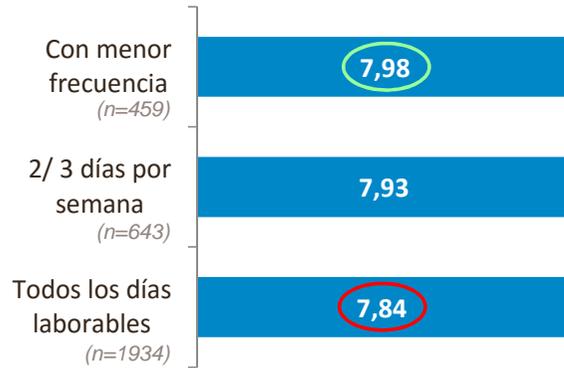
P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

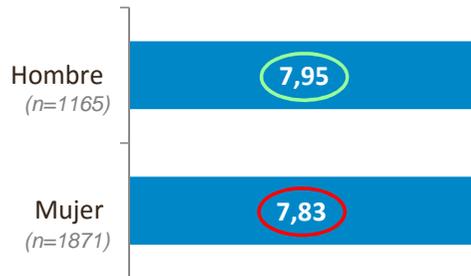
Análisis por segmentos



FRECUENCIA DE USO



SEXO

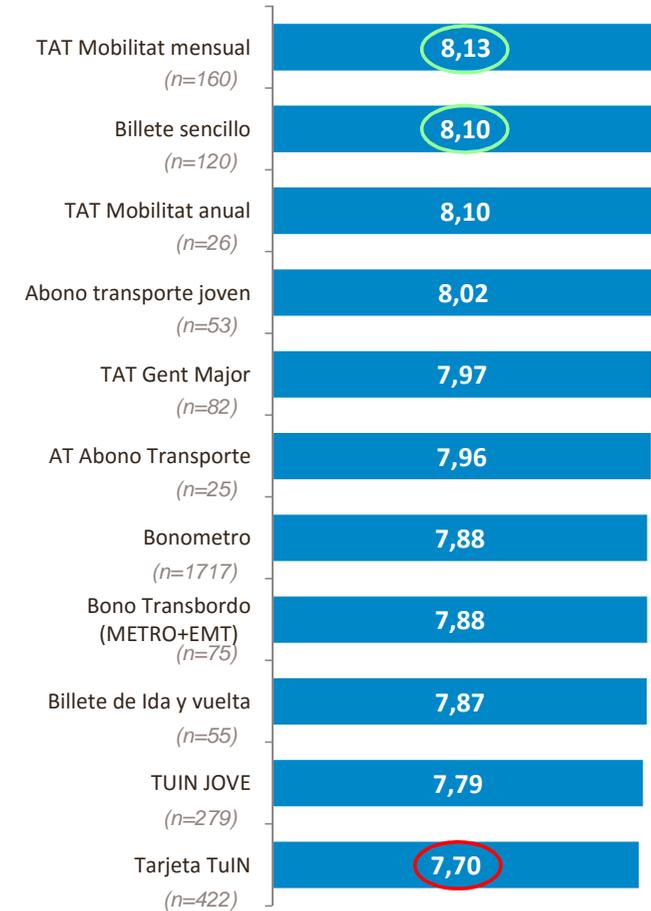


VALORACIÓN GLOBAL
7,88

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

TIPO DE BILLETE



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Encuestados de cada segmento. La base se indica en el gráfico

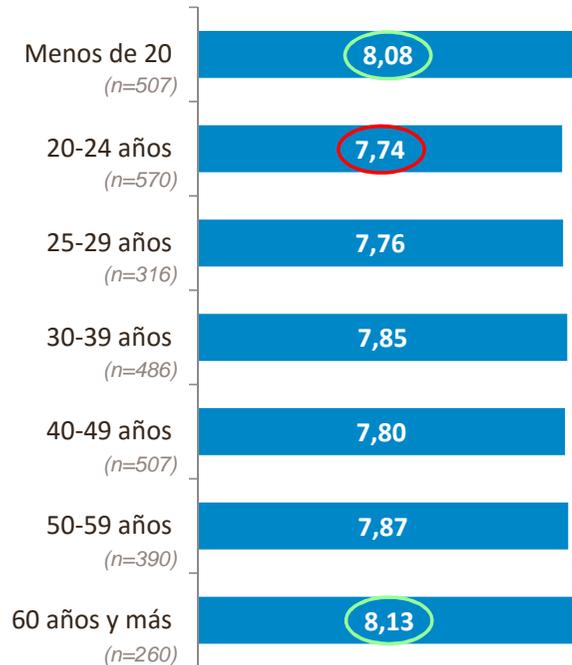
P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

Análisis por segmentos



EDAD



TIPO DE USUARIO



VALORACIÓN GLOBAL 7,88

○ Significativamente superior al Total
 ○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
 ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
 Base: Encuestados de cada segmento. La base se indica en el gráfico

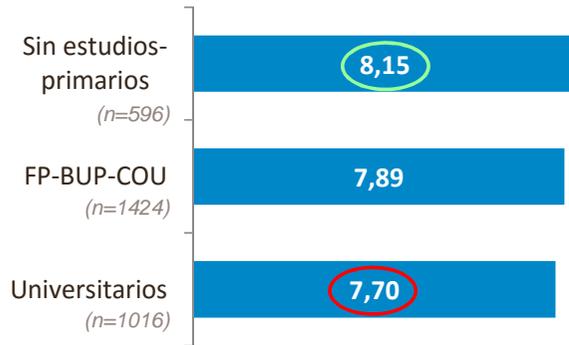
P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

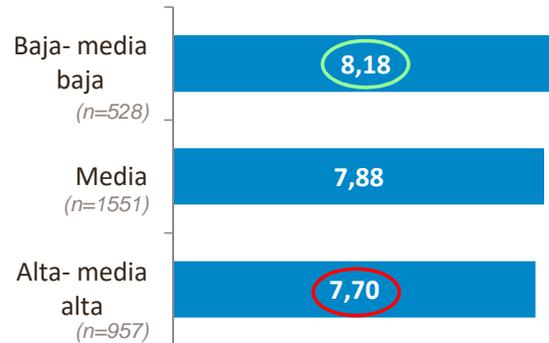
Análisis por segmentos



NIVEL DE ESTUDIOS

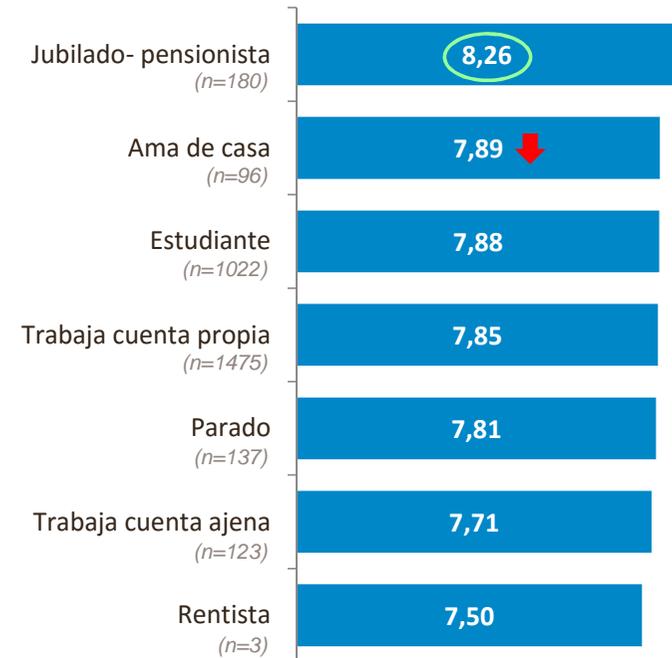


NIVEL SOCIOECONÓMICO



VALORACIÓN GLOBAL
7,88

OCUPACIÓN



○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Encuestados de cada segmento. La base se indica en el gráfico

P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

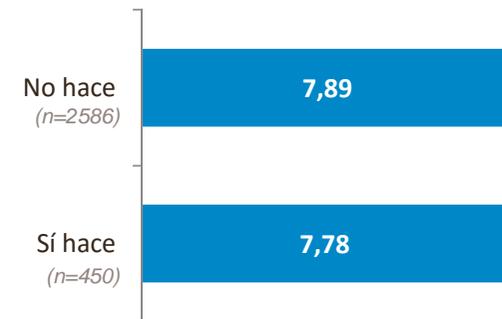
Análisis por segmentos



NACIONALIDAD



HACE TRANSBORDO



VALORACIÓN GLOBAL
7,88

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Encuestados de cada segmento. La base se indica en el gráfico

P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

Satisfacción global

Principales estaciones de subida 2006 - 2018



	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
Xàtiva (n=198)	7,80	7,15	7,77	7,80	7,43	7,73	nd	7,55	7,50	7,99	7,91	8,09	8,19
Colon (n=178)	7,48	6,97	7,14	7,40	7,52	7,28	nd	7,27	7,60	7,66	8,09	7,97	7,99
Benimaclet M (n=137)						7,52	nd	7,27	7,53	7,83	7,69	7,48	8,12
A Guimera L3 (n=112)	7,33	7,16	7,22	7,20	7,54	7,20	nd	7,51	8,12	8,21	7,92	7,64	8,26
Facultats (n=109)	7,73	7,32	7,59	7,30	7,77	7,54	nd	7,25	7,60	7,84	8,13	7,74	7,85
Av del Cid (n=82)	8,33	7,85	7,70	7,90	7,39	7,68	nd	8,24	8,48	8,11	7,80	8,28	8,10
Amistad (n=81)										8,61	7,99	7,85	7,44
Pl. Espanya (n=78)	7,15	6,54	6,67	6,90	6,98	7,55	nd	7,14	7,41	7,75	7,93	7,82	7,85
Túria (n=76)	6,93	6,34	6,18	7,20	8,14	7,02	nd	7,43	7,78	7,51	7,82	7,72	7,45
Mislata (n=73)						8,06	nd	7,85	8,28	7,99	8,42	7,87	8,25
Torrent Avgda. (n=72)										7,90	8,48	8,76	7,54
Empalme L1 (n=69)										7,58	7,37	7,60	7,00
9 d' Octubre (n=69)										7,55	8,25	8,35	8,17
Patraix (n=60)	7,62	6,64	7,15	7,80	7,68	7,16	nd	7,39	7,45	7,98	8,07	8,27	7,63
Joaquín Sorolla-Jesús (n=60)										8,08	8,26	8,16	7,78
Marítim-Serrería (n=55)										8,82	8,34	8,00	8,12
Ayora (n=55)	8,05	7,46	7,62	7,90	8,41	7,66	nd	7,81	8,31	8,23	7,96	8,23	8,36
La Carrasca (n=53)						6,41	nd	6,70	7,19	7,43	8,10	8,03	7,85
A. Guimerà (n=26)	6,31	5,63	6,05	5,80	6,72	7,34	nd	6,48	6,50	7,33	7,90	7,16	7,12

NOTA: Solo se incluyen las estaciones de subida más importantes por el número de viajeros

Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)

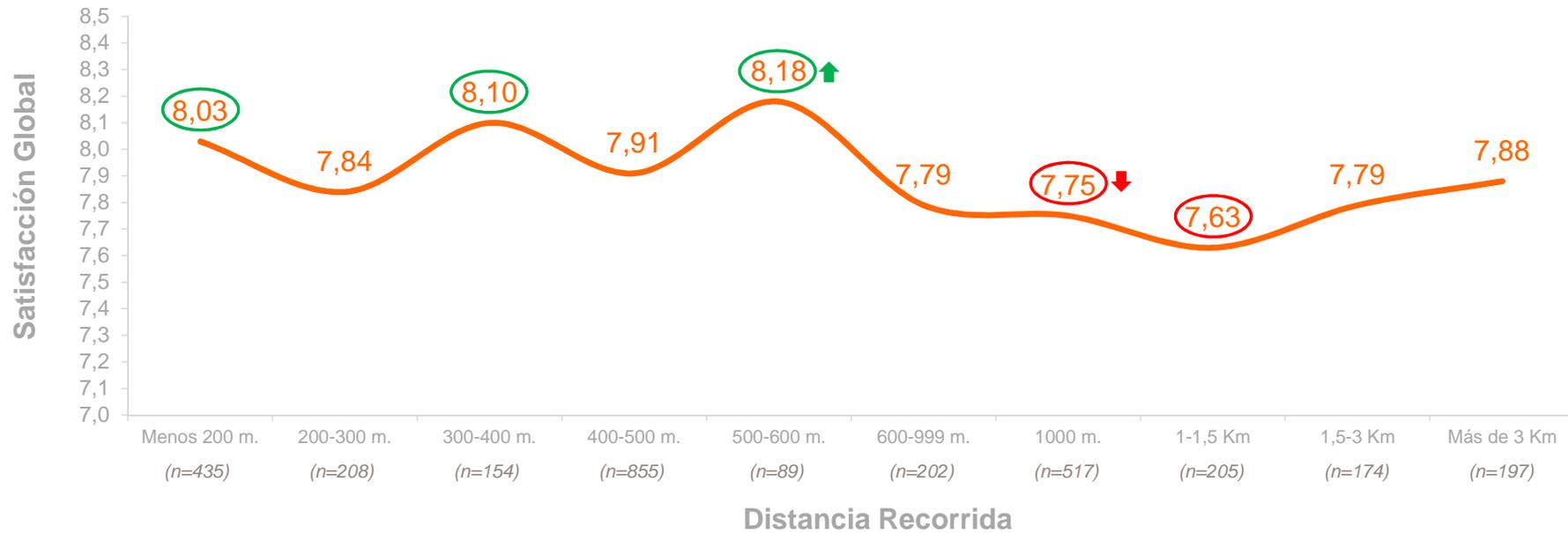
Base: Total muestra de cada año subidos en cada estación. Entre paréntesis se indica la muestra de 2018

○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

Satisfacción global

En función de la distancia recorrida a la parada



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra (3.036)

P.6.- ¿Cómo accede a la parada donde ha subido?
P.7.- ¿Cómo irá a su destino desde la parada en la que Vd. se baje?
P.14.- ¿Qué puntuación daría globalmente al trayecto que Ud. recorre de metro, solo de esta línea?

- Significativamente superior al Total
- Significativamente inferior al Total
- ↑ Significativamente superior a la oleada anterior
- ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

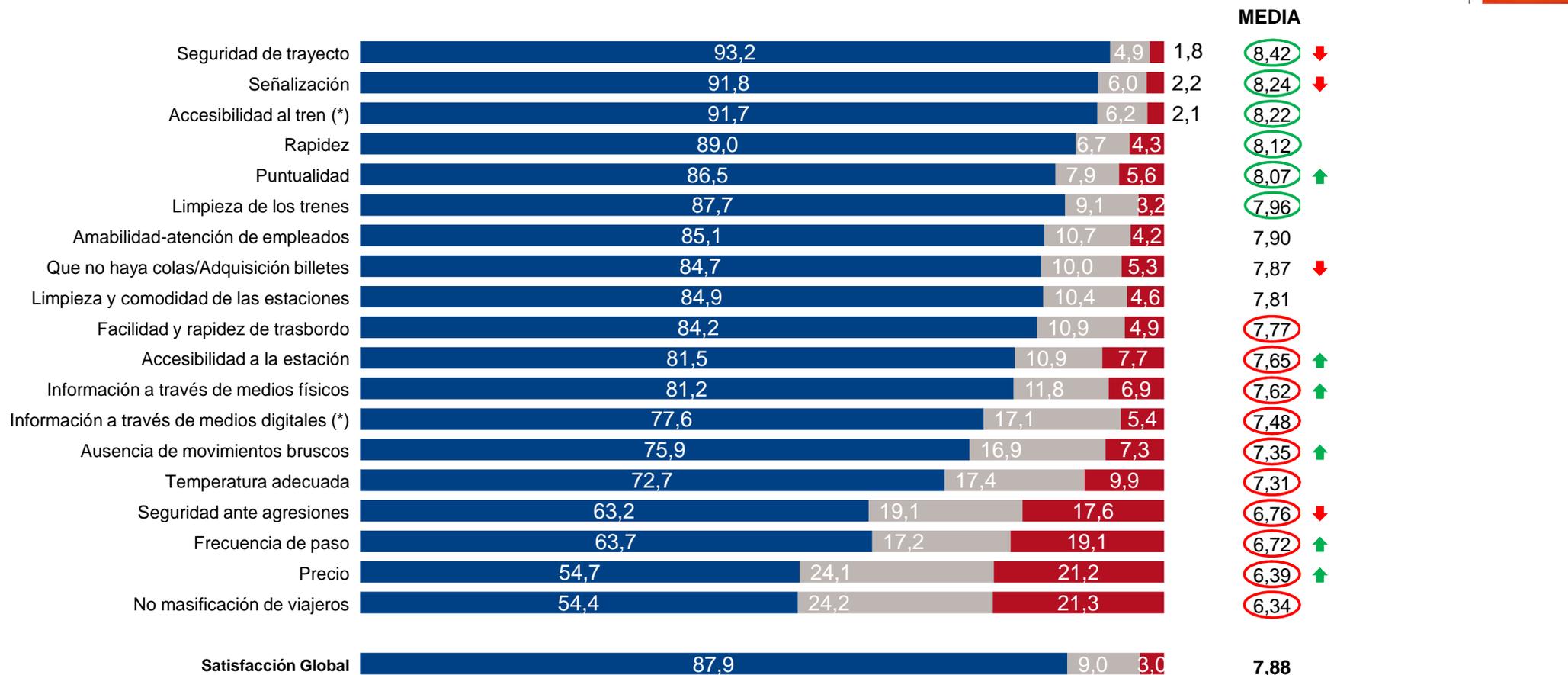
Parte 2- Análisis de satisfacción

IV. Satisfacción global

V. Satisfacción por atributos

VI. Análisis KDA

Satisfacción a nivel de atributos



Unidad: Porcentaje y media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra (3.036)

■ Aceptación (muy bien+bastante bien+ bien) ■ Indiferencia (regular) ■ Rechazo (muy mal+bastante mal+mal)

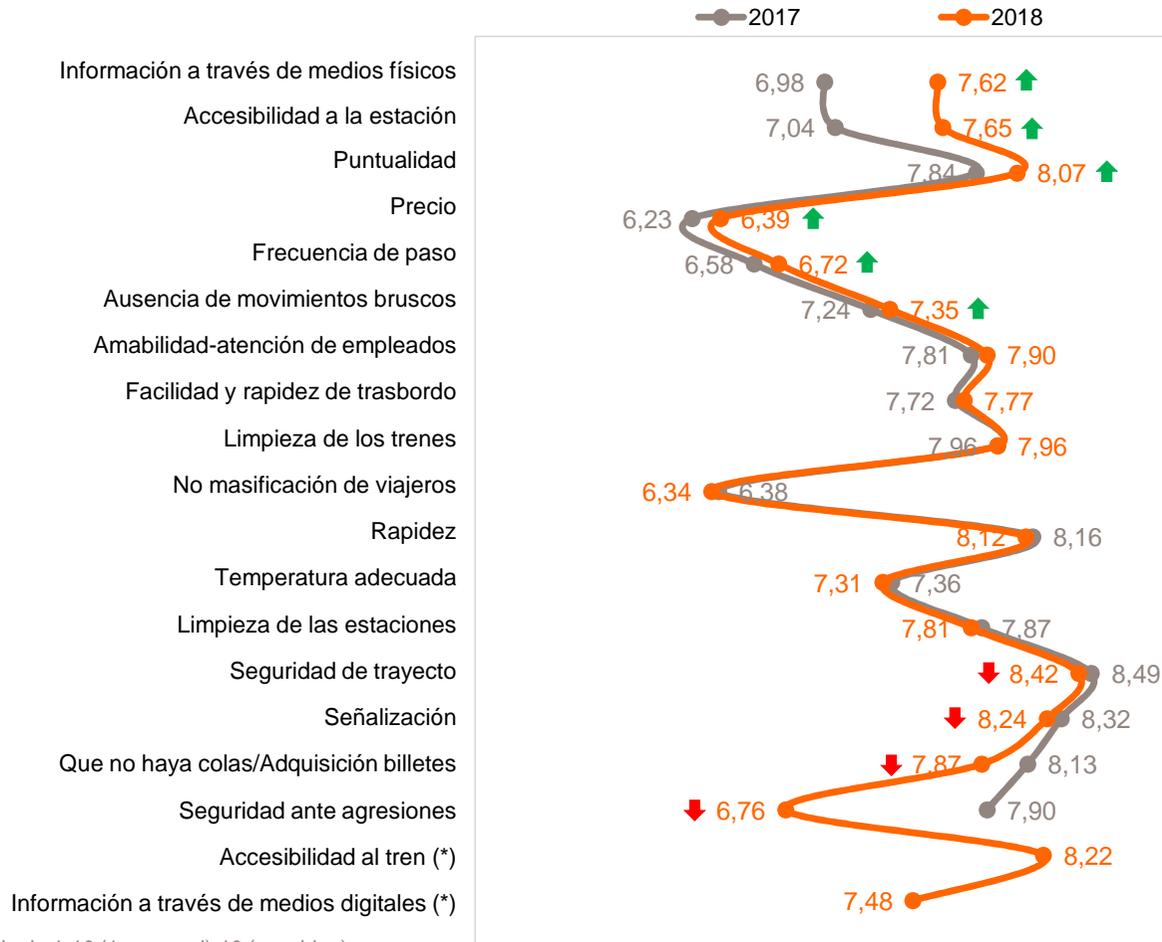
○ Significativamente superior al Total
○ Significativamente inferior al Total

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

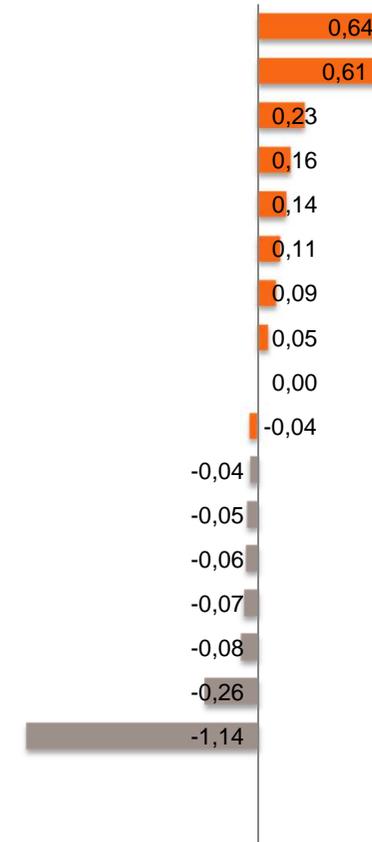
P.13.- Ahora nos gustaría conocer su opinión acerca de la línea que recorre ¿Cómo la calificaría en los siguientes aspectos?

Satisfacción a nivel de atributos

2018 vs 2017



EVOLUCIÓN 18-17



▲ Significativamente superior a la oleada anterior
▼ Significativamente inferior a la oleada anterior

Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
 Base: Total muestra año 2018 (3.036) y año 2017 (3.068)

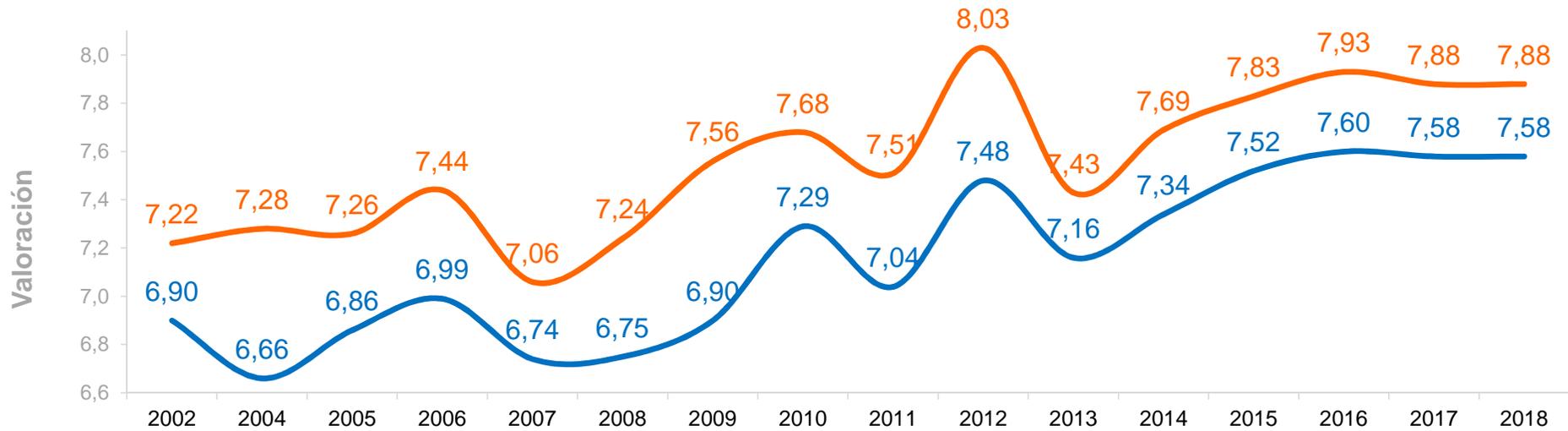
P.13.- Ahora nos gustaría conocer su opinión acerca de la línea que recorre ¿Cómo la calificaría en los siguientes aspectos?

Satisfacción global vs satisfacción media por atributos

Análisis evolutivo 2002 - 2018



— Satisfacción global — Media directa atributos



GAP
(Satisfacción global -
Media Atributos)

0,32	0,62	0,40	0,45	0,32	0,49	0,66	0,39	0,47	0,55	0,27	0,35	0,33	0,30	0,30
------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

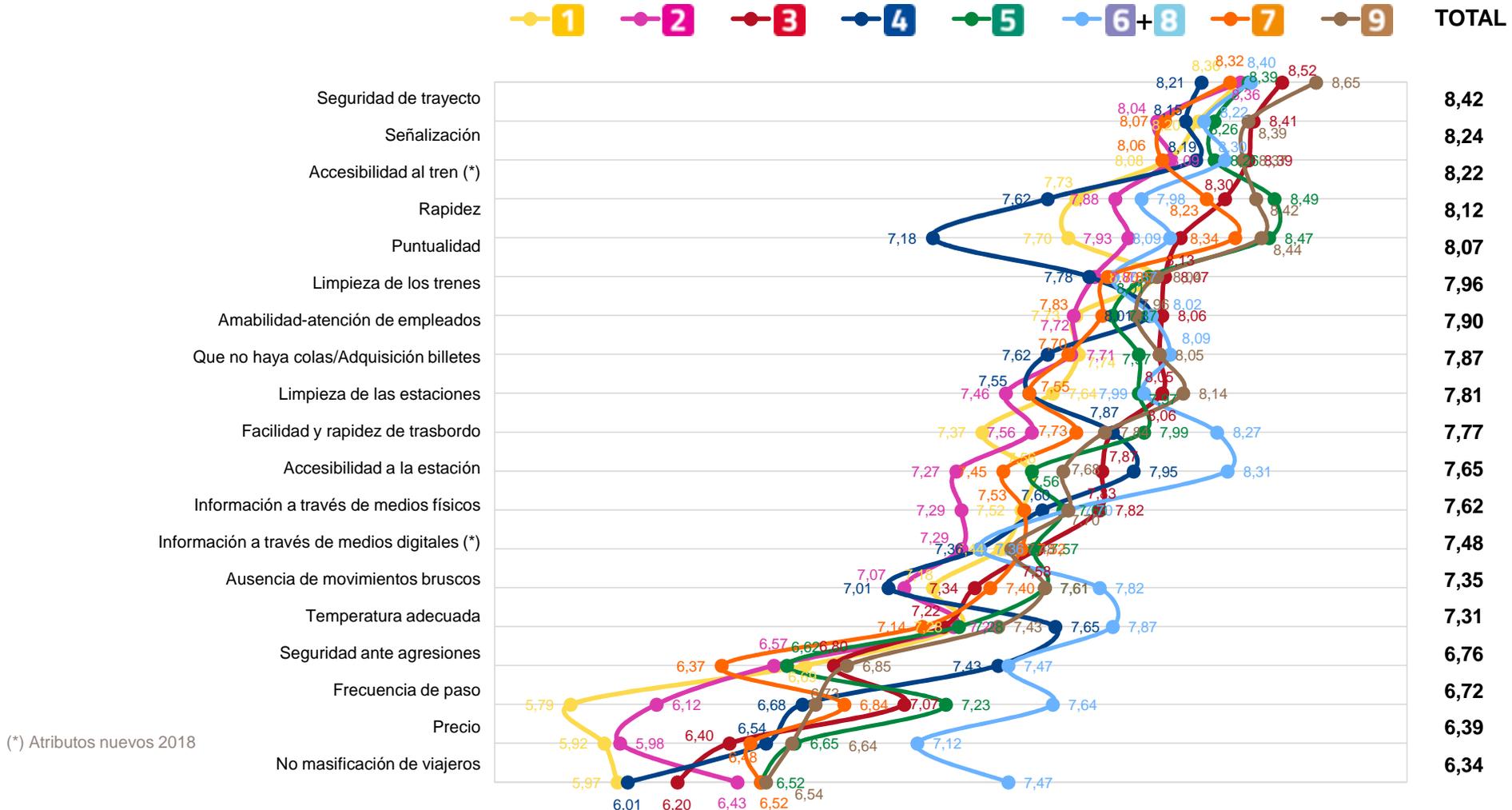
Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)

Base: Total muestra de cada año

P.13.- Ahora nos gustaría conocer su opinión acerca de la línea que recorre ¿Cómo la calificaría en los siguientes aspectos?

Satisfacción a nivel de atributos

Análisis por líneas



(*) Atributos nuevos 2018

Satisfacción a nivel de atributos

Análisis por líneas



ATRIBUTOS	TOTAL	L1	L2	L3	L4	L5	L6+L8	L7	L9
Seguridad de trayecto	8,42	8,36	8,36	8,52	8,21	8,39	8,40	8,32	8,65
Señalización	8,24	8,20	8,04	8,41	8,15	8,26	8,22	8,07	8,39
Accesibilidad al tren (*)	8,22	8,08	8,09	8,39	8,19	8,26	8,30	8,06	8,37
Rapidez	8,12	7,73	7,88	8,30	7,62	8,49	7,98	8,23	8,42
Puntualidad	8,07	7,70	7,93	8,13	7,18	8,47	8,09	8,34	8,44
Limpieza de los trenes	7,96	8,03	7,80	8,07	7,78	8,01	7,87	7,85	8,04
Amabilidad-atención de empleados	7,90	7,73	7,72	8,06	8,01	7,87	8,02	7,83	7,96
Que no haya colas/Adquisición billetes	7,87	7,74	7,71	8,05	7,62	7,97	8,09	7,70	8,05
Limpieza de las estaciones	7,81	7,64	7,46	8,06	7,55	7,97	7,99	7,55	8,14
Facilidad y rapidez de trasbordo	7,77	7,37	7,56	7,87	7,87	7,99	8,27	7,73	7,84
Accesibilidad a la estación	7,65	7,56	7,27	7,83	7,95	7,56	8,31	7,45	7,68
Información a través de medios físicos	7,62	7,52	7,29	7,82	7,60	7,68	7,70	7,53	7,70
Información a través de medios digitales (*)	7,48	7,44	7,29	7,58	7,36	7,57	7,36	7,52	7,48
Ausencia de movimientos bruscos	7,35	7,18	7,07	7,34	7,01	7,61	7,82	7,40	7,61
Temperatura adecuada	7,31	7,28	7,26	7,22	7,65	7,28	7,87	7,14	7,43
Seguridad ante agresiones	6,76	6,69	6,57	6,80	7,43	6,62	7,47	6,37	6,85
Frecuencia de paso	6,72	5,79	6,12	7,07	6,68	7,23	7,64	6,84	6,73
Precio	6,39	5,92	5,98	6,40	6,54	6,65	7,12	6,48	6,64
No masificación de viajeros	6,34	5,97	6,43	6,20	6,01	6,52	7,47	6,52	6,54

(*) Atributos nuevos 2018

Satisfacción a nivel de atributos

Análisis por líneas: evolución 2017-2018



ATRIBUTOS	TOTAL	L1	L2	L3	L4	L5	L6+L8	L7	L9
Seguridad de trayecto	8,42 ↓	8,36 ↓	8,36 ↓	8,52	8,21	8,39	8,40	8,32	8,65
Señalización	8,24 ↓	8,20 ↓	8,04	8,41 ↑	8,15	8,26	8,22	8,07 ↓	8,39
Accesibilidad al tren (*)	8,22	8,08	8,09	8,39	8,19	8,26	8,30	8,06	8,37
Rapidez	8,12	7,73	7,88 ↓	8,30	7,62	8,49	7,98	8,23 ↓	8,42 ↑
Puntualidad	8,07 ↑	7,70	7,93	8,13 ↑	7,18	8,47 ↑	8,09	8,34	8,44 ↑
Limpieza de los trenes	7,96	8,03	7,80	8,07 ↑	7,78 ↑	8,01	7,87	7,85 ↓	8,04
Amabilidad-atención de empleados	7,90	7,73	7,72	8,06 ↑	8,01	7,87	8,02	7,83	7,96
Que no haya colas/Adquisición billetes	7,87 ↓	7,74 ↓	7,71 ↓	8,05 ↓	7,62 ↓	7,97 ↓	8,09	7,70 ↓	8,05
Limpieza de las estaciones	7,81	7,64	7,46	8,06	7,55 ↑	7,97	7,99	7,55 ↓	8,14
Facilidad y rapidez de trasbordo	7,77	7,37	7,56 ↓	7,87 ↑	7,87	7,99	8,27 ↑	7,73	7,84
Accesibilidad a la estación	7,65 ↑	7,56 ↑	7,27 ↑	7,83 ↑	7,95 ↑	7,56 ↑	8,31 ↑	7,45	7,68 ↑
Información a través de medios físicos	7,62 ↑	7,52 ↑	7,29	7,82 ↑	7,60 ↑	7,68 ↑	7,70 ↑	7,53	7,70 ↑
Información a través de medios digitales (*)	7,48	7,44	7,29	7,58	7,36	7,57	7,36	7,52	7,48
Ausencia de movimientos bruscos	7,35 ↑	7,18	7,07	7,34 ↑	7,01	7,61	7,82	7,40	7,61 ↑
Temperatura adecuada	7,31	7,28	7,26	7,22	7,65	7,28	7,87	7,14	7,43
Seguridad ante agresiones	6,76 ↓	6,69 ↓	6,57 ↓	6,80 ↓	7,43	6,62 ↓	7,47 ↓	6,37 ↓	6,85 ↓
Frecuencia de paso	6,72 ↑	5,79	6,12 ↓	7,07 ↑	6,68	7,23 ↑	7,64 ↑	6,84	6,73
Precio	6,39 ↑	5,92	5,98	6,40 ↑	6,54	6,65	7,12	6,48	6,64 ↑
No masificación de viajeros	6,34	5,97 ↓	6,43 ↓	6,20	6,01	6,52	7,47 ↑	6,52 ↓	6,54

(*) Atributos nuevos 2018

↑ Significativamente superior a la oleada anterior
 ↓ Significativamente inferior a la oleada anterior

GfK | Confidential

Satisfacción a nivel de atributos

Análisis por líneas: evolución 2017-2018



ATRIBUTOS	TOTAL	L1	L2	L3	L4	L5	L6+L8	L7	L9
Seguridad de trayecto	-0,07↓	-0,27↓	-0,29↓	0,08	-0,06	-0,01	-0,11	-0,18	0,16
Señalización	-0,08↓	-0,30↓	-0,14	0,19↑	-0,24	-	-0,19	-0,27↓	0,05
Accesibilidad al tren (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Rapidez	-0,04	-0,12	-0,27↓	0,08	-0,15	0,05	-0,28	-0,22↓	0,33↑
Puntualidad	0,23↑	-0,12	-0,10	0,38↑	0,39	0,37↑	0,43	0,19	0,35↑
Limpieza de los trenes	-	-0,01	-0,15	0,17↑	0,44↑	-0,01	0,08	-0,31↓	-0,20
Amabilidad-atención de empleados	0,09	-0,18	0,23	0,24↑	0,03	-0,11	0,26	0,18	0,05
Que no haya colas/Adquisición billetes	-0,26↓	-0,39↓	-0,33↓	-0,17↓	-0,58↓	-0,26↓	0,29	-0,39↓	-0,03
Limpieza de las estaciones	-0,06	-0,16	-0,24	0,10	0,35↑	-0,05	0,38	-0,57↓	-0,01
Facilidad y rapidez de trasbordo	0,05	-0,25	-0,31↓	0,25↑	0,23	0,21	0,44↑	-0,08	0,07
Accesibilidad a la estación	0,61↑	0,43↑	0,51↑	0,83↑	0,48↑	0,83↑	0,61↑	0,26	0,85↑
Información a través de medios físicos	0,64↑	0,42↑	0,17	0,74↑	1,65↑	0,41↑	1,50↑	0,44	0,52↑
Información a través de medios digitales (*)	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Ausencia de movimientos bruscos	0,11↑	-0,08	-0,17	0,31↑	0,17	0,15	0,21	-0,12	0,36↑
Temperatura adecuada	-0,05	-0,07	-0,22	0,05	-0,17	-0,06	0,15	-0,16	0,21
Seguridad ante agresiones	-1,14↓	-1,41↓	-1,54↓	-0,96↓	-0,02	-1,20↓	-0,57↓	-1,66↓	-1,05↓
Frecuencia de paso	0,14↑	-0,20	-0,74↓	0,48↑	0,35	0,37↑	0,84↑	-0,09	0,34
Precio	0,16↑	-0,21	-0,27	0,50↑	0,08	0,34	0,20	-0,22	0,74↑
No masificación de viajeros	-0,04	-0,33↓	-0,37↓	0,21	-0,03	0,07	0,86↑	-0,44↓	0,25

(*) Atributos nuevos 2018

ANEXO. Análisis Evolutivo 1999-2018

Análisis Evolutivo 1999-2018

Comportamiento del viaje



VARIABLE	AÑO																	Diferencia 18-17	
	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017		2018
Frecuencia de uso (%)																			
Todos los días	---	---	---	---	---	64,4	63,7	65,1	64,9	63,6	61,7	58,7	62,6	63,1	64,5	62,9	63,9	63,7	-0,2
2-3 días	---	---	---	---	---	18,5	18,9	19,7	18,9	20,5	19,6	21,2	20,1	19,5	19,3	19,7	18,8	21,2	2,4
Menor frecuencia	---	---	---	---	---	17,1	17,4	15,2	16,2	15,9	18,7	20,1	17,3	17,4	16,3	17,4	17,3	15,1	-2,2
Desplazamiento (%)																			
No tengo otro medio privado	---	---	---	---	---	---	---	29,1	25,0	33,6	21,2	---	35,3	38,9	33,2	32,5	35,0	38,4	3,4
Prefiero viajar en Metro	---	---	---	---	---	---	---	36,0	47,6	36,0	35,6	---	34,6	41,2	47,6	39,1	35,5	45,1	9,6
No puedo aparcar en destino	---	---	---	---	---	---	---	27,9	19,0	22,2	25,9	---	25,6	25,7	22,6	22,8	22,9	24,0	1,1
No tengo otro medio público	---	---	---	---	---	---	---	9,3	9,8	6,4	8,7	---	16,3	14,7	8,5	15,4	21,8	14,4	-7,4
Otro motivo	---	---	---	---	---	---	---	6,3	11,8	13,6	19,6	---	9,9	5,2	7,2	9,0	10,3	9,5	-0,8
Usuario (%)																			
Usuario obligado (%)	61,4	61,6	61,8	61,8	61,2	61,9	59,5	60,0	56,7	54,7	56,6	N.D	58,7	61,1	62,7	64,8	66,4	64,3	2,1
Tipo de billete (%)																			
Bono Metro+B-10	---	---	---	---	---	62,8	66,9	60,2	66,2	68,9	71,8	73,5	71,9	71,1	73,9	72,2	67,2	56,6	-10,6
Zona AT	---	---	---	---	---	22,5	18,1	25,0	21,7	21,3	18,1	3,8	15,4	14,7	7,8	3,7	5,1	2,5	-2,6
Sencillo+Ida y vuelta	---	---	---	---	---	11,7	13,0	10,5	8,2	6,4	6,4	7,4	6,5	6,2	5,6	5,9	6,4	5,8	-0,6
Resto	---	---	---	---	---	3,0	2,0	4,3	3,9	3,4	3,7	15,3	6,2	8,0	11,3	18,2	21,3	35,1	13,8

Análisis Evolutivo 1999-2018

Comportamiento del viaje



VARIABLE	AÑO																		Diferencia 18-17
	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Número de viajes a la semana (%)																			
Media viajes semanal	9,3	8,9	9,3	9,0	8,3	8,7	9,0	8,7	8,5	8,5	8,4	7,7	8,3	8,2	8,3	7,9	7,9	8,1	-0,2
Motivo desplazamiento (%)																			
Ir al trabajo	40,1	42,3	42,0	42,6	46,1	43,6	47,8	49,3	50,1	49,4	47,8	42,8	40,6	39,7	39,0	38,3	---	---	---
Estudios	34,1	33,3	29,5	26,2	24,3	26,9	22,4	21,3	19,6	22,3	22,8	22,5	29,7	29,6	33,5	31,1	---	---	---
Compras	5,4	4,7	7,6	5,0	6,1	6,0	5,1	3,5	5,0	2,5	4,0	2,9	3,0	3,9	2,8	3,9	---	---	---
Ocio	6,9	8,3	4,1	8,8	6,1	8,1	6,7	5,6	5,8	8,3	6,4	9,2	6,6	7,0	6,5	6,6	---	---	---
Otros ⁽¹⁾	13,5	11,4	16,8	17,4	17,4	15,4	18,0	20,3	19,5	17,5	19,0	22,6	20,1	19,8	18,0	20,2	---	---	---
Tasa de viajeros que realizan transbordo																			
Tasa de viajeros que realizan transbordo	---	---	---	---	---	---	---	16,5	14,7	14,0	15,5	16,6	19,2	16,5	16,9	15,9	15,4	14,8	-0,6
Estanco/Kiosco																			
Estanco/Kiosco	10,0	9,1	9,6	9,6	7,8	6,8	7,1	7,4	4,8	6,6	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Taquilla																			
Taquilla	75,6	76,9	74,6	76,1	71,1	66,3	76,2	74,6	75,1	70,2	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Máquina expendedora																			
Máquina expendedora	12,8	12,8	13,8	13,0	21,0	25,7	16,2	17,2	17,3	20,5	---	---	---	---	---	---	---	---	---
Otros ⁽²⁾																			
Otros ⁽²⁾	1,6	1,2	2,0	1,3	---	1,2	0,5	0,8	2,8	2,7	---	---	---	---	---	---	---	---	---

(1).- Médico, gestiones, visitar un familiar/amigo, etc.....

Análisis Evolutivo 1999-2018

Comportamiento del viaje



VARIABLE	AÑO		Diferencia 18-17
	2017	2018	
Motivo desplazamiento ORIGEN (%)			
Casa	45,2	48,2	3
Ir al trabajo	21,8	19,3	-2,5
Estudios	16,9	16,1	-0,8
Compras/Ocio/Turismo	6,0	6,5	0,5
Gestiones varias (1)	10,1	9,9	-0,2
Motivo desplazamiento DESTINO (%)			
Casa	48,4	43,9	-4,6
Ir al trabajo	21,4	22,9	1,5
Estudios	13,5	14,7	1,2
Compras/Ocio/Turismo	7,0	7,0	0
Gestiones varias (1)	9,6	11,5	1,9

(1).- Médico, gestiones, visitar un familiar/amigo, etc.....

Análisis Evolutivo 1999-2018

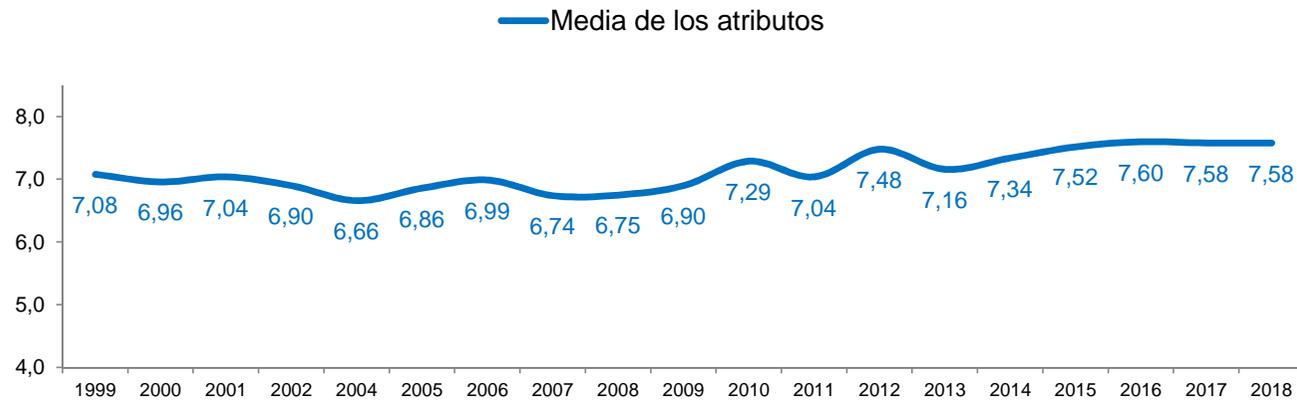
Perfil del viajero



VARIABLE	AÑO																		Diferencia 18-17
	2000	2001	2002	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	
Sexo (%)																			
Hombres	40,6	36,8	33,5	36,6	31,5	32,2	35,3	34,3	30,6	38,1	36,1	30,1	35,8	35,7	36,6	35,6	36,4	38,4	2
Mujeres	59,4	63,2	66,5	63,4	68,5	67,8	64,7	65,7	69,4	61,9	63,9	69,9	64,2	64,3	63,4	64,4	63,6	61,6	-2
Edad																			
Edad media (años)	30,7	30,6	31,3	32,8	31,4	30,4	31,9	33,7	34,3	34,7	34,9	34,5	34,6	35,6	34,8	35,1	34,3	35,4	1,1
Nivel de Estudios																			
Básicos	---	---	---	---	---	20,6	20,6	23,0	23,9	25,0	23,9	19,3	21,9	22,2	22,3	22,4	21,5	19,6	-1,9
FP-BUP-COU	---	---	---	---	---	45,4	43,1	43,9	39,7	44,4	42,8	48,3	44,8	44,6	48,0	45,4	44,2	46,9	2,7
Universitarios	---	---	---	---	---	34,0	36,3	33,1	36,4	30,6	33,3	32,3	33,3	33,2	29,7	32,2	34,3	33,5	-0,8
Ocupación																			
Trabaja	---	---	---	---	---	55,1	62,9	60,6	63,3	60,4	59,0	52,3	50,3	51,8	48,5	50,3	52,9	52,6	-0,3
Estudia	---	---	---	---	---	33,9	26,6	26,3	20,6	23,3	24,9	28,3	33,1	31,7	36,4	34,0	35,2	33,7	-1,5
Otros	---	---	---	---	---	11,0	10,5	13,1	16,1	16,3	16,1	29,4	16,6	16,5	15,2	15,8	11,9	13,7	1,8
Nacionalidad																			
% Extranjeros	---	---	---	5,7	5,5	7,4	9,8	11,7	9,8	11,5	10,5	N.D.	8,5	10,3	9,9	9,1	10,4	12,3	1,9

Análisis Evolutivo 1999-2018

Satisfacción Global y media por atributos

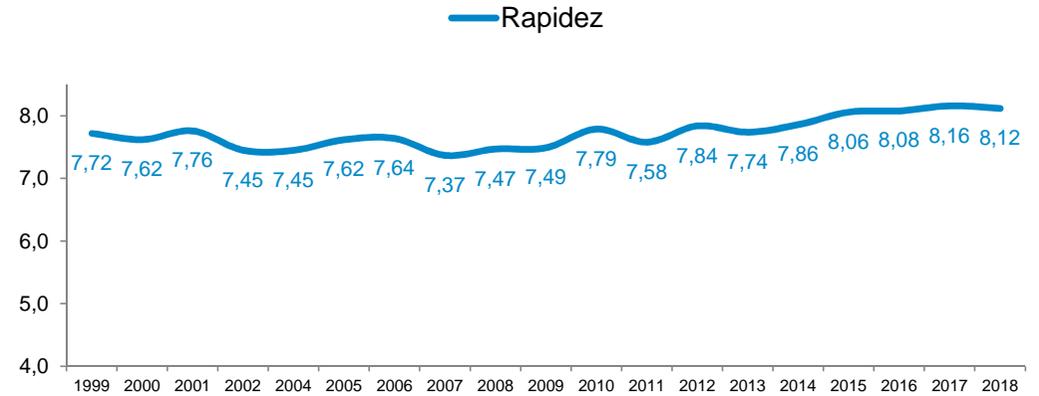
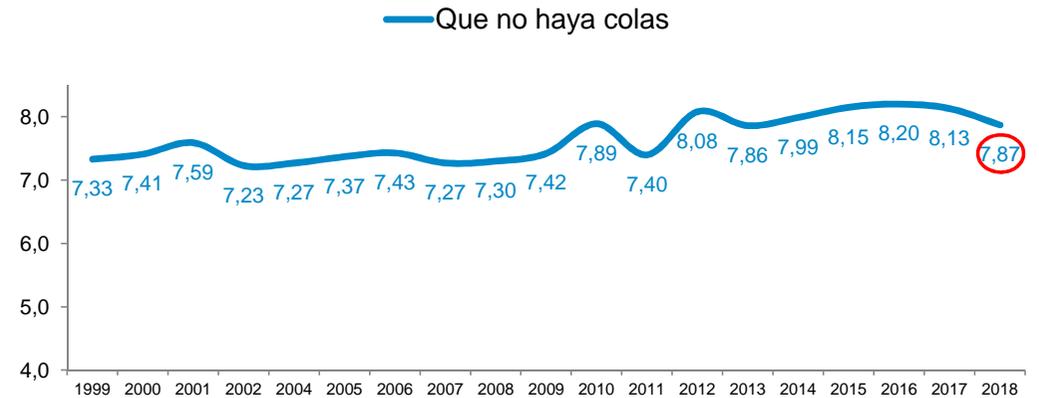
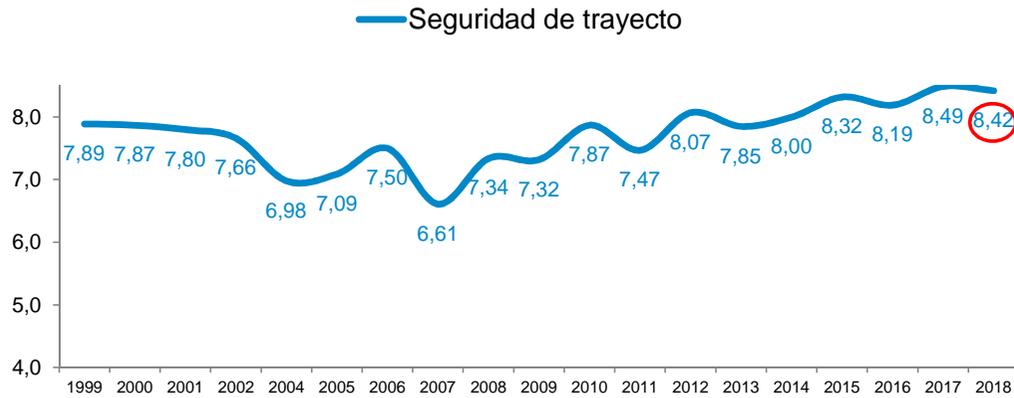


Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
 Base: Total muestra cada año

○ Significativamente superior a la ola anterior
 ○ Significativamente inferior a la ola anterior

Análisis Evolutivo 1999-2018

Satisfacción Global y media por atributos



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

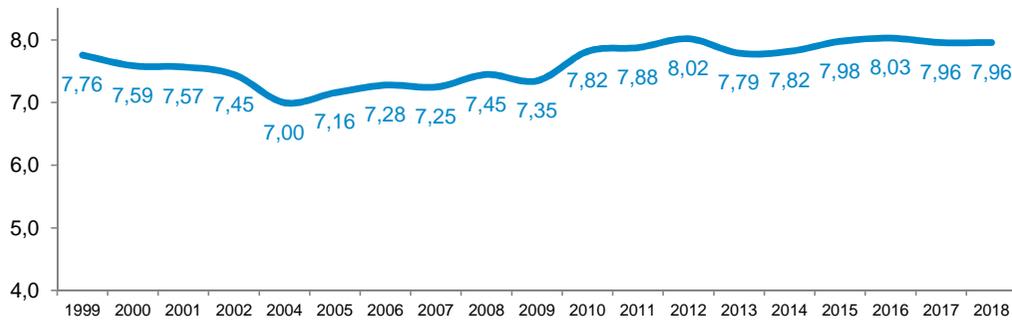
○ Significativamente superior a la ola anterior
○ Significativamente inferior a la ola anterior

Análisis Evolutivo 1999-2018

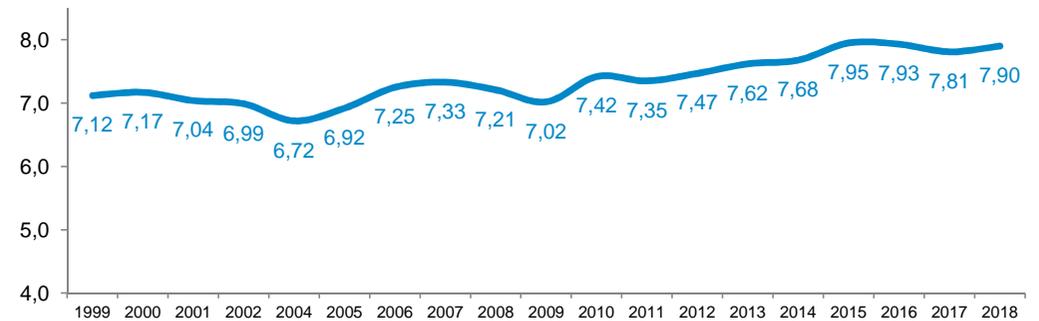
Satisfacción Global y media por atributos



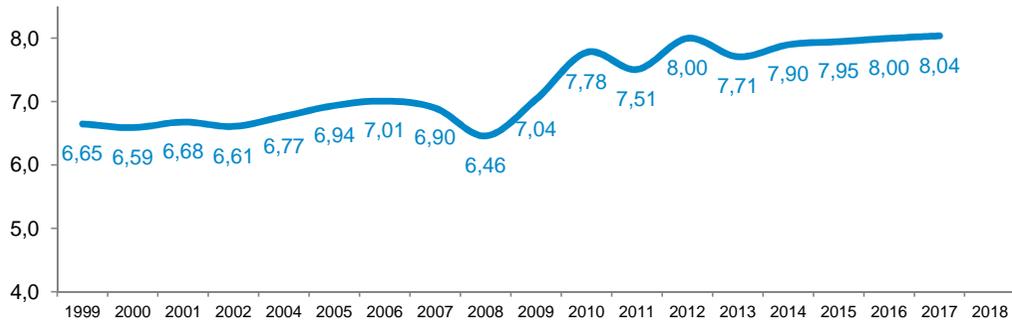
— Limpieza trenes



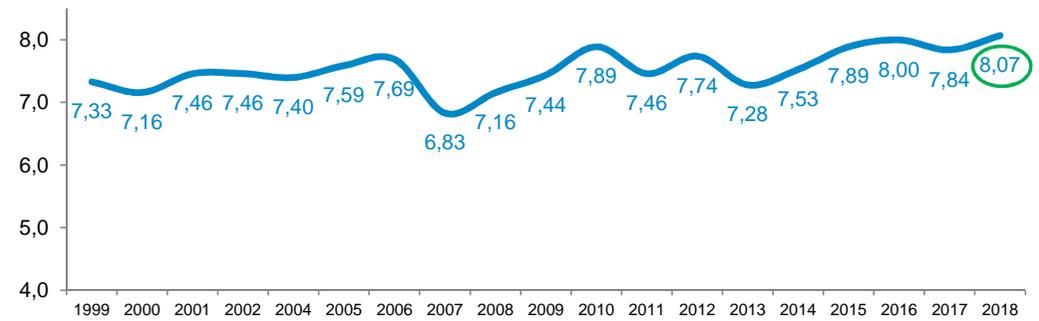
— Amabilidad empleados



— Funcionamiento pasos



— Puntualidad



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

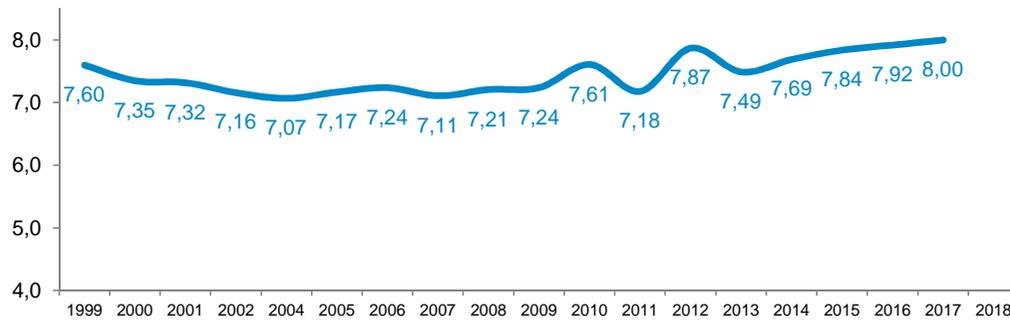
○ Significativamente superior a la ola anterior
○ Significativamente inferior a la ola anterior

Análisis Evolutivo 1999-2018

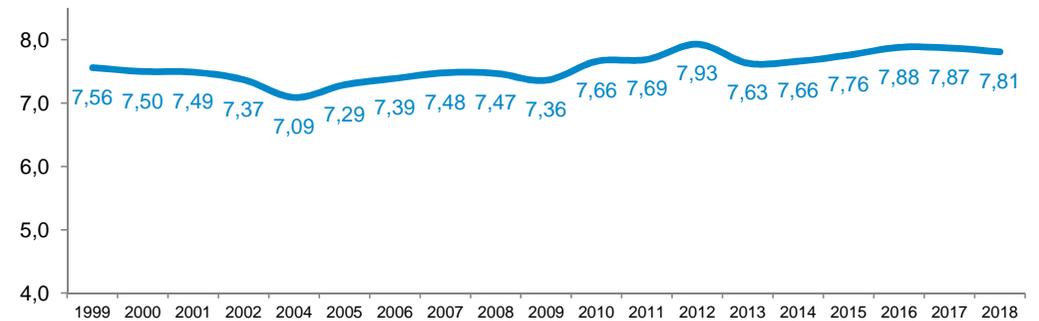
Satisfacción Global y media por atributos



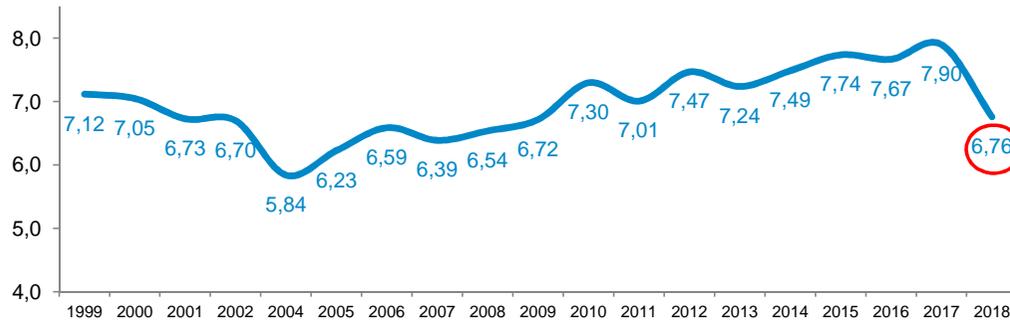
— Información recorridos



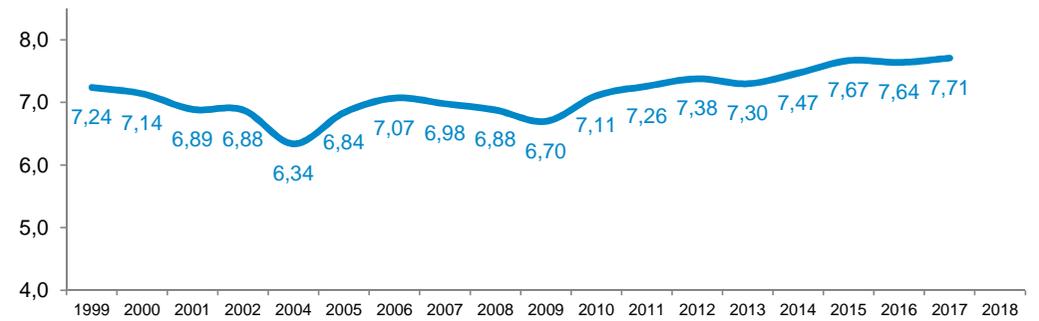
— Limpieza estaciones



— Seguridad ante agresiones



— Amabilidad vigilantes



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

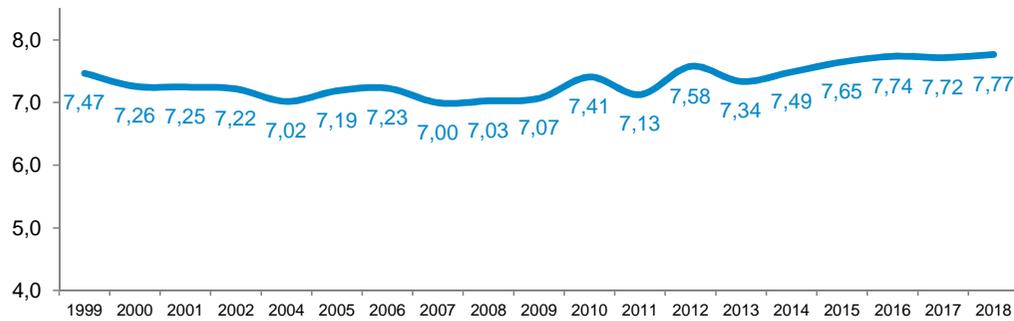
○ Significativamente superior a la ola anterior
○ Significativamente inferior a la ola anterior

Análisis Evolutivo 1999-2018

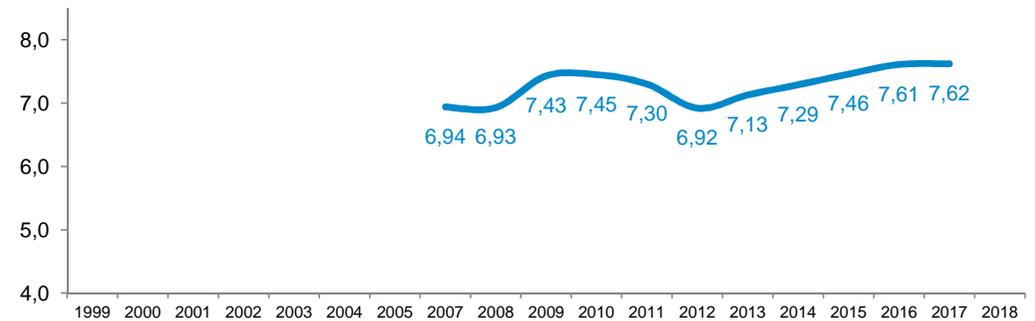
Satisfacción Global y media por atributos



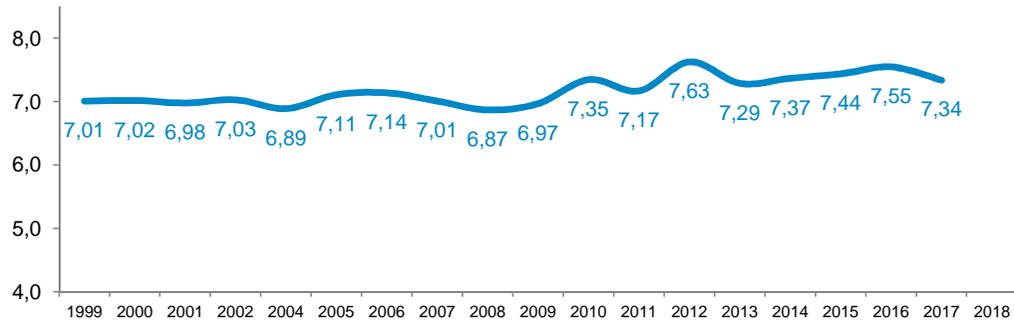
Facilidad-rapidez trasbordo



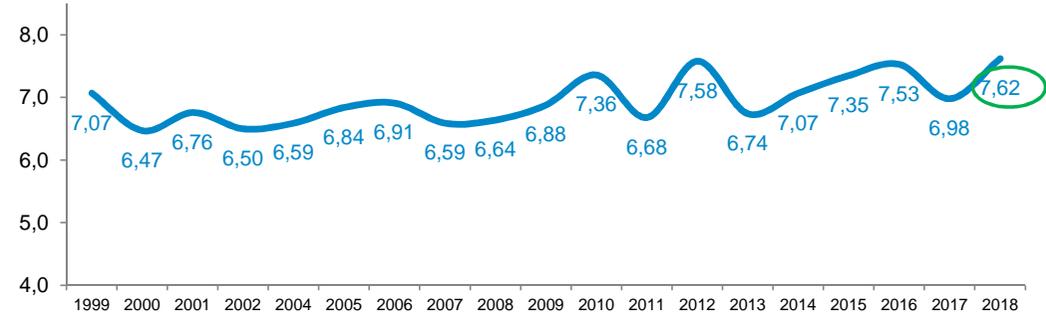
Compromiso Medio Ambiental



Comodidad estaciones



Información interrupciones



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

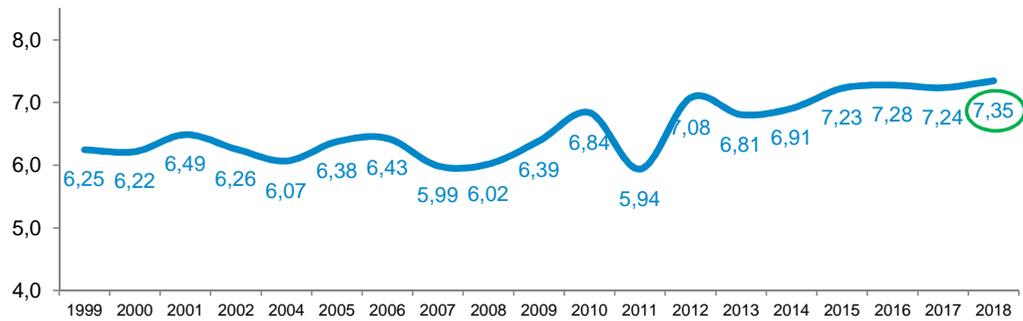
○ Significativamente superior a la ola anterior
○ Significativamente inferior a la ola anterior

Análisis Evolutivo 1999-2018

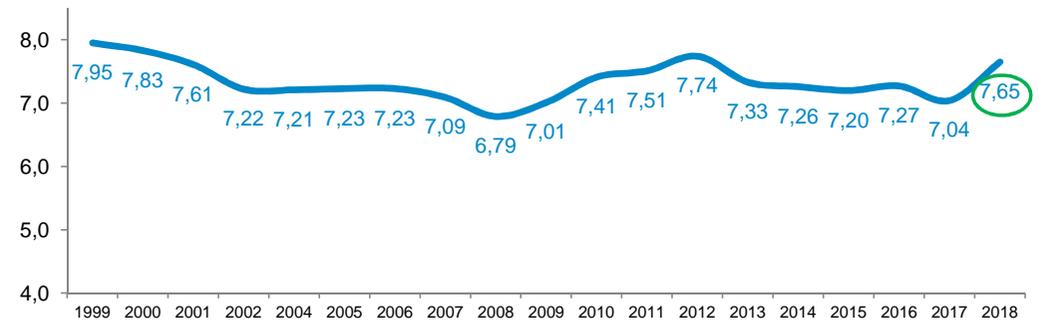
Satisfacción Global y media por atributos



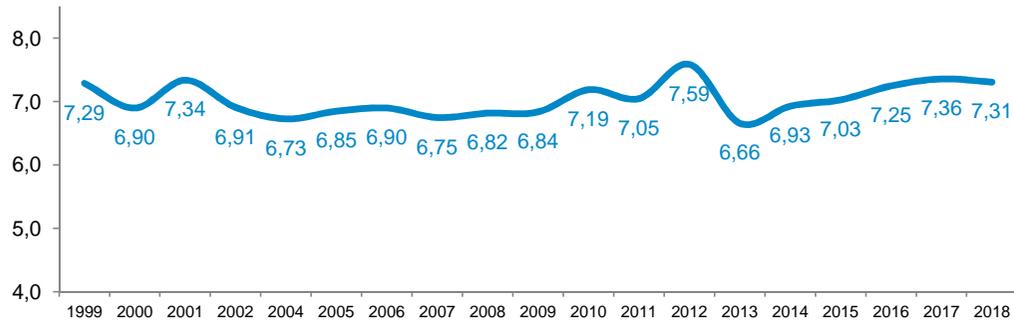
— Movimientos bruscos



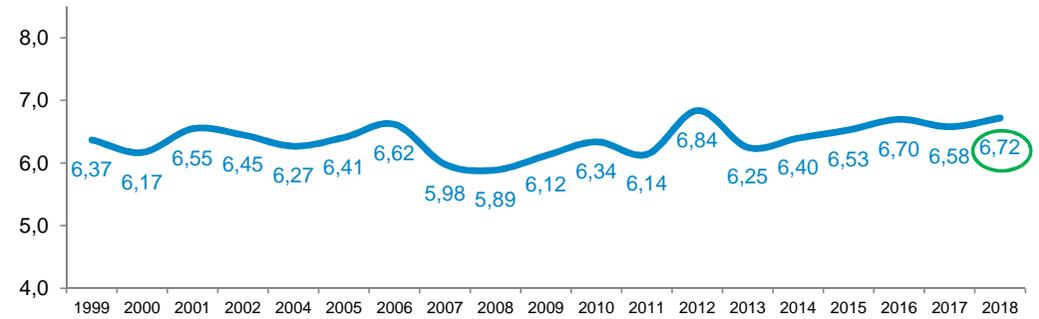
— Funcionamiento escaleras mecánicas



— Temperatura adecuada



— Frecuencia de paso



- Significativamente superior a la ola anterior
- Significativamente inferior a la ola anterior

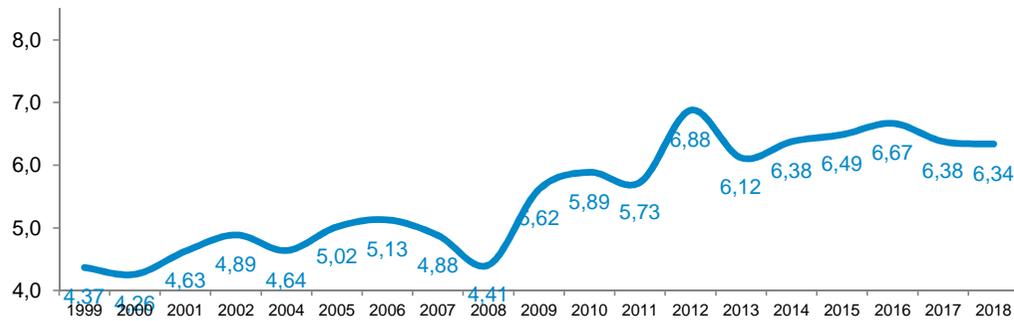
Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

Análisis Evolutivo 1999-2018

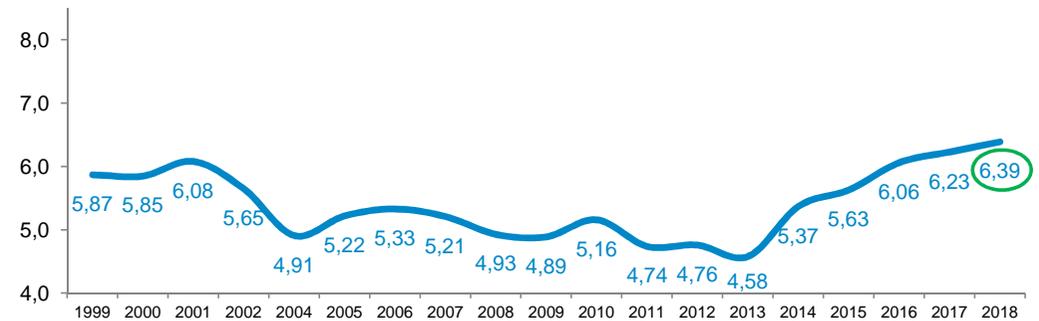
Satisfacción Global y media por atributos



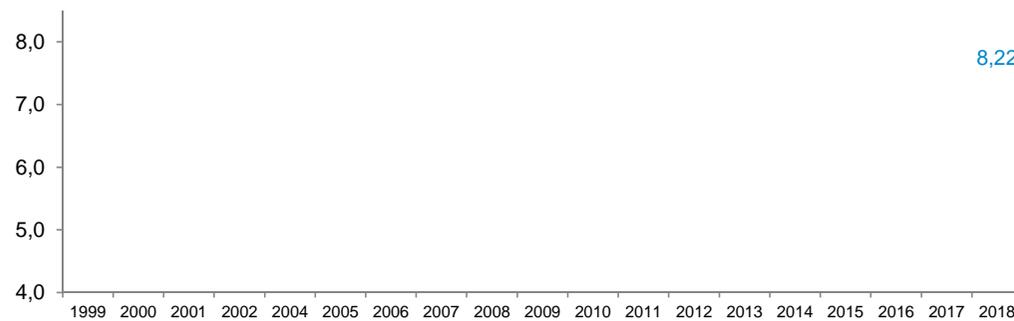
— No masificación de viajeros



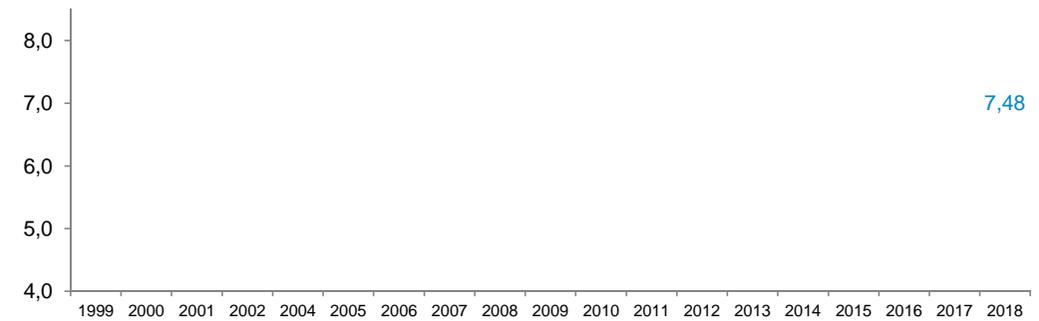
— Precio



— Accesibilidad al tren



— Información a través de medios digitales



Unidad: Media con escala de 1-10 (1-muy mal)-10 (muy bien)
Base: Total muestra cada año

GfK | Confidential ○ Significativamente superior a la ola anterior
○ Significativamente inferior a la ola anterior

GfK .Growth from Knowledge

© GfK 2018

