



ESTUDIO DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS DEL SERVICIO DE AUTOBUSES INTERURBANOS Y METRO DE GRANADA



Elaborado por Rafael Sánchez Cantero
Ing. de Caminos, Canales y Puertos
C/ San Isidoro 4, 41004 Sevilla
Tef: 954210960/667483625
olimichat@gmail.com

1.	INFORME EJECUTIVO DE TRABAJO DE CAMPO:	14
2.	SÍNTESIS DEL ESTUDIO.....	15
2.1.	METRO DE GRANADA	16
2.1.1.	Orígenes y destinos más frecuentes	16
2.1.2.	Modos complementarios de acceso y salida	16
2.1.3.	Uso del transporte público	16
2.1.4.	Motivos del viaje más habituales	16
2.1.5.	Frecuencia del viaje y tipo de trayecto.....	16
2.1.6.	Tipo de billete usado	17
2.1.7.	Valoración del servicio de transporte público de Metro. Área de Granada	17
2.1.8.	Reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada.....	17
2.1.9.	Puesta en marcha del Metro de Granada	17
2.1.10.	Medios de información del servicio de transporte utilizados	17
2.1.11.	Perspectiva de género	18
2.2.	AUTOBUSES INTERURBANOS.....	19
2.2.1.	Orígenes y destinos más frecuentes	19
2.2.2.	Modos complementarios de acceso y salida	19
2.2.3.	Uso del transporte público.....	19
2.2.4.	Motivos del viaje más habituales	19
2.2.5.	Frecuencia del viaje y tipo de trayecto.....	20
2.2.6.	Tipo de billete usado	20
2.2.7.	Valoración del servicio de transporte público de autobuses del Consorcio de Transportes. Área de Granada	20
2.2.8.	Reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada.....	20
2.2.9.	Puesta en marcha del Metro de Granada	21
2.2.10.	Medios de información del servicio de transporte utilizados	21
2.2.11.	Perspectiva de género	21
3.	RESULTADOS SENCILLOS METRO	22
3.1.	LUGAR DONDE SE REALIZA LA ENCUESTA	22
3.2.	SENTIDO DEL VIAJE	23
3.3.	DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS POR HORAS	24
3.4.	ORIGEN DEL VIAJE.....	25
3.5.	DESTINO DEL VIAJE	26
3.6.	¿REALIZABA ESTE VIAJE CON ANTERIORIDAD A LA PUESTA EN MARCHA DE METRO DE GRANADA?	27
3.7.	MODOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS ANTERIORMENTE PARA REALIZAR ESTE VIAJE	27
3.8.	MODOS COMPLEMENTARIOS DE ACCESO.....	28

3.9.	MODOS COMPLEMENTARIOS DE SALIDA	28
3.10.	POSIBILIDAD DE REALIZAR EL VIAJE EN VEHÍCULO PRIVADO	29
3.11.	RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (USUARIOS QUE DISPONEN DE VEHÍCULO PRIVADO).....	29
3.12.	RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	30
3.13.	MOTIVOS DEL VIAJE.....	31
3.14.	MOTIVOS DEL VIAJE (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	32
3.15.	FRECUENCIA DEL VIAJE	33
3.16.	TIPO DE VIAJE	33
3.17.	TIPO DE BILLETE	34
3.18.	VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO.....	35
3.19.	VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO	36
3.20.	CALIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL SERVICIO – ESTADÍSTICOS	37
3.21.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS	38
3.22.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	41
3.23.	¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	43
3.24.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	43
3.25.	LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	44
3.26.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?	45
3.27.	GRADO EN QUE LE HA AFECTADO DICHA PUESTA EN MARCHA	45
3.28.	MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO	46
3.28.1.	¿Cómo se informa del servicio?.....	46
3.28.2.	Conoce la web	47
3.28.3.	Conoce el teléfono	47
3.28.4.	Conoce la oficina	47
3.28.5.	Calificación de los medios de información	49
3.29.	PERFIL DEL USUARIO	50
3.30.	PERSPECTIVA DE GÉNERO.....	51
3.30.1.	VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO.....	51
3.30.2.	VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO	52
3.30.3.	VALORACIÓN DE ASPECTOS (ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS).....	53
3.30.4.	RESUMEN VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS	55
3.30.5.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS	56
3.30.6.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	59
3.30.7.	¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	61
3.30.8.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	62
3.30.9.	LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	62

3.30.10.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?	63
3.30.11.	MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO	63
4.	RESULTADOS SENCILLOS BUS	66
4.1.	LUGAR DONDE SE REALIZA LA ENCUESTA	66
4.2.	OPERADOR Y GRUPO DE LÍNEAS	67
4.3.	DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS POR HORAS	68
4.4.	ORIGEN DEL VIAJE	69
4.5.	DESTINO DEL VIAJE	70
4.6.	MODOS COMPLEMENTARIOS DE ACCESO	72
4.7.	MODOS COMPLEMENTARIOS DE SALIDA	73
4.8.	POSIBILIDAD DE REALIZAR EL VIAJE EN VEHÍCULO PRIVADO	74
4.9.	RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (USUARIOS QUE DISPONEN DE VEHÍCULO PRIVADO)	75
4.10.	RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	76
4.11.	MOTIVOS DEL VIAJE	77
4.12.	MOTIVOS DEL VIAJE (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	78
4.13.	FRECUENCIA DEL VIAJE	79
4.14.	TIPO DE VIAJE	79
4.15.	TIPO DE BILLETE	80
4.16.	VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO	81
4.17.	VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO	82
4.18.	CALIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL SERVICIO – ESTADÍSTICOS	83
4.19.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS	84
4.20.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	87
4.21.	¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	89
4.22.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	90
4.23.	LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	91
4.24.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?	92
4.25.	GRADO EN QUE LE HA AFECTADO DICHA PUESTA EN MARCHA	93
4.26.	MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO	94
4.26.1.	¿Cómo se informa del servicio?	94
4.26.2.	Conoce la web	95
4.26.3.	Conoce el teléfono	95
4.26.4.	Conoce la oficina	95
4.26.5.	Calificación de los medios de información	97
4.27.	PERFIL DEL USUARIO	98

4.28.	PERSPECTIVA DE GÉNERO.....	99
4.28.1.	VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO.....	99
4.28.2.	VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO.....	100
4.28.3.	VALORACIÓN DE ASPECTOS (ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS).....	101
4.28.4.	RESUMEN VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS	103
4.28.5.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS	104
4.28.6.	ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)	107
4.28.7.	¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	109
4.28.8.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?	110
4.28.9.	LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	111
4.28.10.	¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?	112
4.28.11.	MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO.....	113
4.29.	PERSPECTIVA DE GÉNERO Y OPERADOR	116
4.29.1.	VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO.....	116
4.29.2.	VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO.....	119
4.29.3.	VALORACIÓN DE ASPECTOS	122
5.	ANEJO 1: CUESTIONARIOS UTILIZADOS.....	148
5.1.	METRO	148
5.2.	AUTOBUSES	151
6.	ANEJO 2: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA	154
7.	ANEJO 3: ANÁLISIS DEL CAMBIO MODAL GENERADO POR EL METROPOLITANO	156
7.1.	INTRODUCCIÓN Y OBJETO	156
7.2.	METODOLOGÍA.....	156
7.3.	RESULTADOS.....	157
7.3.1.	Expansión de la muestra obtenida a la demanda real de metro en el mes de octubre de 2021	157
7.3.2.	El cambio modal	159
7.3.1.	Análisis de resultados.....	159

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Lugar de realización de la encuesta.....	22
Tabla 2. Sentido del viaje.....	23
Tabla 3. Distribución de encuestas por horas	24
Tabla 4. Origen del viaje	25
Tabla 5. Destino del viaje	26
Tabla 6. Realizaba este viaje con anterioridad a la puesta en marcha de metro de Granada.....	27
Tabla 7. Modos de transporte utilizados anteriormente para realizar este viaje.....	27
Tabla 8. Modos complementarios de acceso.....	28
Tabla 9. Modos complementarios de salida	28
Tabla 10. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado.....	29
Tabla 11. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado.....	29
Tabla 12. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados: 1ª respuesta (x3) 2ª respuesta (x2) 3ª respuesta (x1).....	30
Tabla 13. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta.....	31
Tabla 14. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta.....	31
Tabla 15. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta.....	31
Tabla 16. Motivos de viaje (ponderado por orden de respuesta).....	32
Tabla 17. Frecuencia del viaje	33
Tabla 18. Tipo de viaje.....	33
Tabla 19. Tipo de billete	34
Tabla 20. Valoración general del servicio de transporte público.....	35
Tabla 21. Valoración de la gestión del servicio público.....	36
Tabla 22. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos	37
Tabla 23. Aspectos en primer orden de importancia para los usuarios.....	38
Tabla 24. Aspectos en segundo orden de importancia para los usuarios.....	39
Tabla 25. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios.....	40
Tabla 26. Aspectos más importantes para los usuarios (ponderados)	41
Tabla 27. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos.....	43
Tabla 28. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos.....	43

Tabla 29. Le ha afectado la puesta en marcha del metro	44
Tabla 30. En qué le ha afectado la puesta en marcha del metro	45
Tabla 31. En qué grado le ha afectado la puesta en marcha del metro	45
Tabla 32. Cómo se informa del servicio	46
Tabla 33. Uso de la web como medio de información	47
Tabla 34. Uso del Teléfono de información como medio de información	47
Tabla 35. Uso de la oficina de atención como medio de información	47
Tabla 36. Calificación estadística de los medios de información disponibles	49
Tabla 37. Valoración general del servicio público según género	51
Tabla 38. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género	52
Tabla 39. Valoración de aspectos según género	54
Tabla 40. Resumen valoración media de aspectos según género	55
Tabla 41. Aspectos en primer orden de importancia según género	56
Tabla 42. Aspectos en segundo orden de importancia según género	57
Tabla 43. Aspectos en tercer orden de importancia según género	58
Tabla 44. Aspectos del servicio más importantes para hombres (ponderados por orden de respuesta)	59
Tabla 45. Aspectos del servicio más importantes para mujeres (ponderados por orden de respuesta)	59
Tabla 46. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	61
Tabla 47. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	62
Tabla 48. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género	62
Tabla 49. En qué le ha puesta en marcha del metro según género	63
Tabla 50. Cómo se informa del servicio según género	63
Tabla 51. Uso de la web como medio de información según género	64
Tabla 52. Uso del Teléfono de información como medio de información según género	64
Tabla 53. Uso de la oficina de atención como medio de información según género	64
Tabla 54. Lugar de realización de la encuesta	66
Tabla 55. Operador y grupo de líneas	67
Tabla 56. Distribución de encuestas por horas	68
Tabla 57. Origen del viaje	70
Tabla 58. Destino del viaje	71
Tabla 59. Modos complementarios de acceso	72

Tabla 60. Modos complementarios de salida	73
Tabla 61. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado	74
Tabla 62. Razón de uso del Tte. Público (2ª respuesta)	75
Tabla 63. Razón de uso del Tte. Público (1ª respuesta)	75
Tabla 64. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado	75
Tabla 65. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados)	76
Tabla 66. Motivo del viaje (1ª respuesta)	77
Tabla 67. Motivo del viaje (2ª respuesta)	77
Tabla 68. Motivo del viaje (3ª respuesta)	77
Tabla 69. Motivos de viaje (ponderado por orden de respuesta).....	78
Tabla 70. Frecuencia del viaje	79
Tabla 71. Tipo de viaje.....	79
Tabla 72. Tipo de billete	80
Tabla 73. Valoración general del servicio de transporte público	81
Tabla 74. Valoración de la gestión del servicio público.....	82
Tabla 75. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos	83
Tabla 76. Aspectos en primer orden de importancia para los usuarios.....	84
Tabla 77. Aspectos en segundo orden de importancia para los usuarios.....	85
Tabla 78. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios.....	86
Tabla 79. Aspectos más importantes para los usuarios (ponderados)	87
Tabla 80. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos.....	89
Tabla 81. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos.....	90
Tabla 82. Le ha afectado la puesta en marcha del metro	91
Tabla 83. En qué la puesta en marcha del metro.....	92
Tabla 84. En qué grado le ha afectado la puesta en marcha del metro.....	93
Tabla 85. Cómo se informa del servicio	94
Tabla 86. Uso de la web como medio de información	95
Tabla 87. Uso del Teléfono de información como medio de información.....	95
Tabla 88. Uso de la oficina de atención como medio de información	95
Tabla 89. Calificación estadística de los medios de información disponibles	97
Tabla 90. Valoración general del servicio público según género	99

Tabla 91. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género.....	100
Tabla 92. Valoración de aspectos según género	102
Tabla 93. Resumen valoración media de aspectos según género.....	103
Tabla 94. Aspectos en primer orden de importancia según género	104
Tabla 95. Aspectos en segundo orden de importancia según género	105
Tabla 96. Aspectos en tercer orden de importancia según género	106
Tabla 97. Aspectos del servicio más importantes para hombres (ponderados por orden de respuesta)	107
Tabla 98. Aspectos del servicio más importantes para mujeres (ponderados por orden de respuesta)	107
Tabla 99. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	109
Tabla 100. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	110
Tabla 101. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género	111
Tabla 102. En qué le ha puesta en marcha del metro según género	112
Tabla 103. Cómo se informa del servicio según género.....	113
Tabla 104. Uso de la web como medio de información según género	114
Tabla 105. Uso del Teléfono de información como medio de información según género	114
Tabla 106. Uso de la oficina de atención como medio de información según género	114
Tabla 107. Valoración general del servicio público según operador y género	117
Tabla 108. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según operador y género	120
Tabla 109. Valoración de la información según operador y género	122
Tabla 110. Valoración de la puntualidad según operador y género	124
Tabla 111. Valoración de la seguridad en la conducción según operador y género.....	126
Tabla 112. Valoración de la amabilidad según operador y género.....	128
Tabla 113. Valoración de la limpieza según operador y género	130
Tabla 114. Valoración del espacio según operador y género	132
Tabla 115. Valoración de la temperatura según operador y género	134
Tabla 116. Valoración de la facilidad de acceso según operador y género	136
Tabla 117. Valoración de las tarifas según operador y género	138
Tabla 118. Valoración de la rapidez según operador y género	140
Tabla 119. Valoración de la frecuencia según operador y género	142
Tabla 120. Valoración de la proximidad según operador y género	144
Tabla 121. Valoración de los horarios según operador y género.....	146

Tabla 122. Muestra (distribución encuestas realizadas por estación)	156
Tabla 123. % viajeros estación sobre demanda total (Estaciones encuestadas y Total Metro) (Oct. 2021)	157
Tabla 124. Dda. Total viajeros por estación (Octubre 2021)	158
Tabla 125. Cálculo coeficientes de expansión	158
Tabla 126. Cambio modal	159
Tabla 127. Cambio modal corregido (Factor corrector)	159

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Lugar de realización de la encuesta.....	22
Ilustración 2. Sentido del viaje	23
Ilustración 3. Distribución de encuestas por horas.....	24
Ilustración 4. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado.....	29
Ilustración 5. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados: 1ª respuesta (x3) 2ª respuesta (x2) 3ª respuesta (x1)).....	30
Ilustración 6. Motivo del viaje (ponderado por orden de respuesta)	32
Ilustración 7. Frecuencia del viaje	33
Ilustración 8. Tipo de viaje.....	33
Ilustración 9. Tipo de billete	34
Ilustración 10. Valoración general del servicio de transporte público.....	35
Ilustración 11. Valoración de la gestión del servicio público	36
Ilustración 12. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos	37
Ilustración 13. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios.....	42
Ilustración 14. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos.....	43
Ilustración 15. Le ha afectado la puesta en marcha del metro	44
Ilustración 16. Uso de los medios de información	48
Ilustración 17. Calificación de los medios de información disponibles.....	49
Ilustración 18. Perfil del usuario encuestado	50
Ilustración 19. Valoración general del servicio público según género	51
Ilustración 20. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género	52
Ilustración 21. Resumen valoración media de aspectos según género	55
Ilustración 22. Aspectos del servicio más importantes según género (ponderados por orden de respuesta).....	60
Ilustración 23. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	61
Ilustración 24. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género	62
Ilustración 25. Uso de los medios de información según género	65
Ilustración 26. Lugar de realización de la encuesta.....	66
Ilustración 27. Distribución de encuestas por horas.....	68
Ilustración 28. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado.....	74
Ilustración 29. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados)	76

Ilustración 30. Motivo del viaje (ponderado por orden de respuesta)	78
Ilustración 31. Frecuencia del viaje	79
Ilustración 32. Tipo de viaje.....	79
Ilustración 33. Tipo de billete	80
Ilustración 34. Valoración general del servicio de transporte público.....	81
Ilustración 35. Valoración de la gestión del servicio público	82
Ilustración 36. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos	83
Ilustración 37. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios.....	88
Ilustración 38. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos	89
Ilustración 39. Le ha afectado la puesta en marcha del metro	91
Ilustración 40. Uso de los medios de información	96
Ilustración 41. Calificación de los medios de información disponibles.....	97
Ilustración 42. Perfil del usuario encuestado	98
Ilustración 43. Valoración general del servicio público según género	99
Ilustración 44. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género	100
Ilustración 45. Resumen valoración media de aspectos según género	103
Ilustración 46. Aspectos del servicio más importantes según género (ponderados por orden de respuesta).....	108
Ilustración 47. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género	109
Ilustración 48. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género	111
Ilustración 49. Uso de los medios de información según género	115
Ilustración 50. Valoración general del servicio público según operador y género	118
Ilustración 51. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según operador y género.....	121
Ilustración 52. Valoración de la información según operador y género	123
Ilustración 53. Valoración de la puntualidad según operador y género	125
Ilustración 54. Valoración de la seguridad en la conducción según operador y género.....	127
Ilustración 55. Valoración de la amabilidad según operador y género.....	129
Ilustración 56. Valoración de la limpieza según operador y género	131
Ilustración 57. Valoración del espacio según operador y género	133
Ilustración 58. Valoración de la temperatura según operador y género	135
Ilustración 59. Valoración de la facilidad de acceso según operador y género	137
Ilustración 60. Valoración de las tarifas según operador y género.....	139

Ilustración 61. Valoración de la rapidez según operador y género.....	141
Ilustración 62. Valoración de la frecuencia según operador y género.....	143
Ilustración 63. Valoración de la proximidad según operador y género	145
Ilustración 64. Valoración de los horarios según operador y género	147

1. INFORME EJECUTIVO DE TRABAJO DE CAMPO:

Tras la puesta en marcha del servicio de Metro de Granada, el Consorcio de Transportes Metropolitano del Área de Granada, solicita por cuarta ocasión la realización de este estudio; que tiene como objeto, seguir conociendo el impacto de la incorporación de este nuevo servicio en el transporte metropolitano. El trabajo de campo se realizó durante los días 25, 26, 27, 28 y 29 de octubre de 2021. Se encuestaron un total de. 1.823 usuarios del servicio (1.312 para el servicio de autobuses y 511 para Metro de Granada) en las siguientes paradas de autobuses y estaciones de metro:

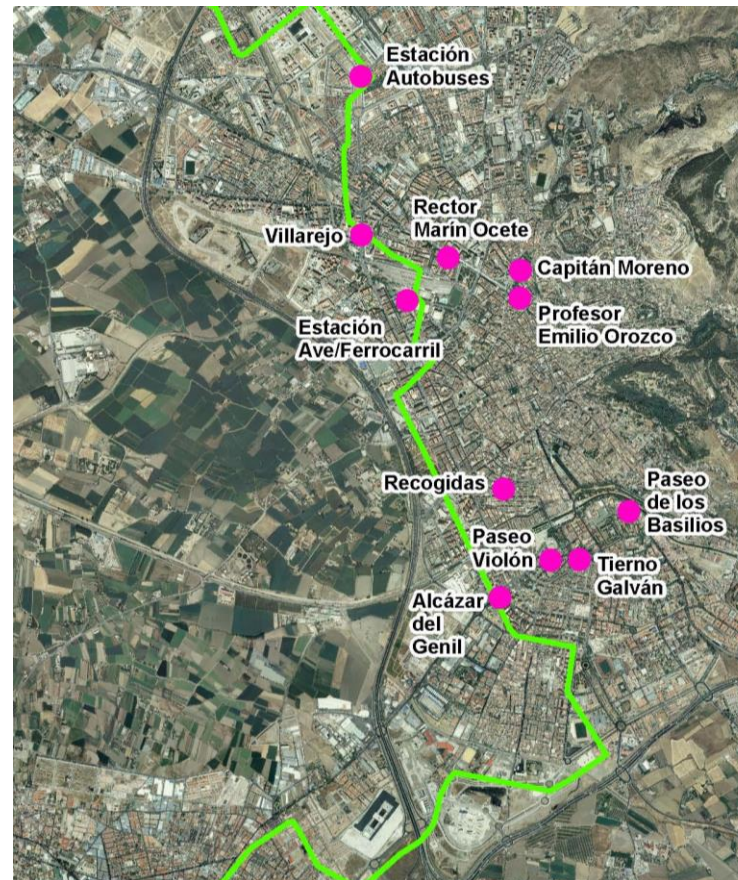
PARADAS DE AUTOBÚS

Zona Norte

Rector Marín Ocete
Profesor Emilio Orozco
Capitán Moreno
Estación AVE
Estación de Autobuses

Zona Sur

Paseo del Violón
Paseo de los Basilio
Tierno Galván



ESTACIONES DE METRO

Recogidas
Villarejo
Alcázar de Genil
Estación Ferrocarril

2. SÍNTESIS DEL ESTUDIO

Tras la grabación y depuración de los datos, recogidos durante el Trabajo de Campo, se procedió al análisis de los mismos siguiendo el procedimiento metodológico que se muestra a continuación: estudio de cada una de las variables del cuestionario mediante tablas y gráficos adaptados a cada tipo de variable. Para las variables cualitativas se muestran tablas de frecuencias y porcentajes. Para las variables cuantitativas se presentan tablas de estadísticos básicos (media, mediana, desviación típica, mínimo, máximo). En el caso de obtención de nuevas variables, fruto de una recodificación de otras ya existentes, se especifica expresamente.

Tras el análisis de los resultados “sencillos metro”, y posteriormente, “sencillos autobús”, respectivamente, se incluye análisis de la valoración del servicio (en general) y de cada uno de los aspectos (en particular) según perspectiva de género. Análisis que, en el caso del autobús, se profundiza complementándolo con otro nivel más diferenciando según género y operador.

Del análisis estadístico se obtienen las siguientes conclusiones generales. Mostramos en primer lugar las correspondientes a Metro de Granada y posteriormente las del servicio de autobuses interurbanos del Consorcio.

2.1. METRO DE GRANADA

2.1.1. Orígenes y destinos más frecuentes

- ✓ Atendiendo al origen: más de la mitad de los encuestados/as manifestaron tener como origen de su viaje Granada Capital (Pág. 25; Tabla 4).
- ✓ Atendiendo al destino: la localidad más frecuente es Armilla (Pág. 26; Tabla 5).

2.1.2. Modos complementarios de acceso y salida

- ✓ La gran mayoría de los viajeros/as accede a las paradas “andando” (Pág. 28; Tabla 8). Tras apearse del mero, los usuarios/as, casi en su totalidad, realizan el trayecto hasta su destino también “andando” (Pág. 28; Tabla 9).

2.1.3. Uso del transporte público

- ✓ Más del 70% de los viajeros/as son usuarios/as “cautivos/as”, es decir, no pueden realizar el trayecto en otro medio de transporte. Sin embargo, el 29,2% de los usuarios/as elige el transporte público a pesar de tener otros medios privados para realizar sus desplazamientos (Pág. 29; Tabla 10).
- ✓ Por orden de importancia, las razones por las que estos usuarios/as eligen el transporte público son: “falta de aparcamiento” y “comodidad”, según el 40,7% y el 29,3% respectivamente (Pág. 30; Tabla 12).

2.1.4. Motivos del viaje más habituales

- ✓ Los motivos más habituales de desplazamiento de los encuestados/as son laborales, con un 23,2% de las respuestas, y personales, con el 17,7% (Pág. 32; Tabla 16).

2.1.5. Frecuencia del viaje y tipo de trayecto

- ✓ Más del 40% de los viajeros/as usan casi a diario (4 o más días a la semana) el servicio de transporte público de Metro de Granada (Pág. 33; Tabla 17) y prácticamente las dos terceras partes del total lo hace en trayectos de ida y vuelta (Pág. 33; Tabla 18).

2.1.6. Tipo de billete usado

✓ La Tarjeta del Consorcio es la más usada por los viajeros/as (57%) como medio de pago; seguida por la Tarjeta del Metro, con un 33,4% de uso (Pág. 34; Tabla 19).

2.1.7. Valoración del servicio de transporte público de Metro. Área de Granada

✓ Una mayoría significativa (casi el 80%) de usuarios/as califican este servicio como bueno (Pág. 35; Tabla 20).

✓ Los aspectos del servicio que registran calificaciones más altas son: trato con el personal de las estaciones, seguridad a bordo, puntualidad y facilidad de acceso/salida. Por su parte, espacio, tarifas y frecuencia son los aspectos con la calificación más baja. La calificación global media de los aspectos del servicio se sitúa en 8,48 (Pág. 37; Tabla 22).

✓ Los aspectos a los que más importancia conceden los viajeros/as son puntualidad, espacio y frecuencia (Pág. 41; Tabla 26).

2.1.8. Reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada

✓ La mayoría de los encuestados/as manifestaron no sentirse afectados/as por la reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada (Pág. 43; Tabla 27). Para aquellos encuestados/as que dijeron sentirse afectados/as por esta reordenación, las principales consecuencias son: “ahora no utilizo el coche” y “más movilidad” (Pág. 43; Tabla 28)

2.1.9. Puesta en marcha del Metro de Granada

✓ Un 33,5% los encuestados/as afirmaron sentirse afectados/as por la puesta en marcha del Metro de Granada (Pág. 44; Tabla 29). Para estos encuestados/as las principales consecuencias son “más movilidad” (Pág. 45; Tabla 30).

2.1.10. Medios de información del servicio de transporte utilizados

✓ “Información que hay en las paradas” e “internet” son, según los encuestados/as, los medios de información del servicio de transporte más utilizado por los encuestados/as (Pág. 46; Tabla 32).

2.1.11. Perspectiva de género

- ✓ No existen grandes diferencias en lo que a perspectiva de género se refiere. La valoración general del servicio de Metro es valorada mayoritariamente como buena por el 80,6% de los hombres y el 78,7% de las mujeres (Pág. 51; Tabla 37). Respecto a la valoración media de los aspectos analizados (Información, puntualidad, seguridad en la conducción, etc...) es idéntica para ambos sexos y su valor es de 8,5. (Pág. 55; Tabla 40).
- ✓ En cuanto a la afección de la reordenación de líneas urbanas, el 2,5% de las mujeres han respondido afirmativamente, mientras que el porcentaje de hombres que se han visto afectados asciende al 0,8% (Pág. 60; Ilustración 22)
- ✓ En cuanto a los medios de información que suelen utilizar, el 33,3% de las mujeres han respondido mayoritariamente “Información que hay en paradas”, al igual que 26,2% de hombres. Para ambos sexos les siguen Internet y Redes sociales (Pág. 63; Tabla 50)

2.2. AUTOBUSES INTERURBANOS

2.2.1. Orígenes y destinos más frecuentes

- ✓ Atendiendo al origen: la mayoría de los encuestados/as manifestaron tener como origen de su viaje Granada Capital (Pág. 69-70; Tabla 57).
- ✓ Atendiendo al destino: casi el 20% de los viajeros/as dijeron tener como destino Granada; las localidades más frecuentes son La Zubia, Las Gabias y Ogíjares (Pág. 70-71; Tabla 58).

2.2.2. Modos complementarios de acceso y salida

- ✓ Casi la tres cuartas partes de los viajeros/as (74%) reconocen acceder a las paradas “andando”, mientras que un 16,9% lo hace en “autobús urbano”; el modo “Metro” recoge un 3,4% de los modos complementarios de acceso a la parada (Pág. 72; Tabla 59).
- ✓ Tras apearse del autobús, los usuarios/as, casi en su totalidad (88,9%, dicen realizar “andando” el trayecto hasta su destino (Pág. 73; Tabla 60).

2.2.3. Uso del transporte público

- ✓ Más de la mitad de los viajeros/as (61%) son usuarios/as “cautivos/as”, es decir, no pueden realizar el trayecto en otro medio de transporte. Sin embargo, el 39% de los usuarios/as eligen el transporte público a pesar de tener otros medios privados para realizar sus desplazamientos (Pág. 74; Tabla 61).
- ✓ Por orden de importancia, las razones por las que estos usuarios/as eligen el transporte público son: “falta de aparcamiento” y “comodidad”, según el 28,1% y el 23.8% de las respuestas respectivamente (Pág. 76; Tabla 65).

2.2.4. Motivos del viaje más habituales

- ✓ Los motivos más habituales de desplazamiento son laborales, con un 30,3% de las respuestas, y académicos, con el 25% (Pág. 78; Tabla 69).

2.2.5. Frecuencia del viaje y tipo de trayecto

✓ Más de la mitad de los viajeros/as (50,8%) usan casi a diario (4 o más días a la semana) el servicio de transporte público de autobuses perteneciente al Consorcio de Transportes. Área de Granada (Pág. 79; Tabla 70) y prácticamente la totalidad de los mismos (89,1%) lo hace en trayectos de ida y vuelta (Pág. 79; Tabla 71).

2.2.6. Tipo de billete usado

✓ La Tarjeta del Consorcio es usada por una amplia mayoría de los de viajeros/as (82,1%) como medio de pago (Pág. 80; Tabla 72).

2.2.7. Valoración del servicio de transporte público de autobuses del Consorcio de Transportes. Área de Granada

✓ Casi las tres cuartas partes de los usuarios/as (72,5%) califican este servicio como bueno (Pág. 81; Tabla 73) y una amplia mayoría (76%) se encuentran satisfechos/as con la gestión del servicio que realiza el Consorcio de Transportes. Área de Granada (Pág. 82; Tabla 74).

✓ Los aspectos del servicio que registran calificaciones más altas son: trato recibido por los conductores (amabilidad), seguridad, facilidad de acceso/salida y temperatura. Por su parte, frecuencia, horarios y tarifas son los aspectos con la calificación más baja. La calificación global media de los aspectos del servicio se sitúa en 7,45. (Pág. 83; Tabla 75).

✓ Los aspectos a los que más importancia conceden los viajeros/as son puntualidad, frecuencia, horarios y tarifas (Pág. 87; Tabla 79).

2.2.8. Reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada

✓ La inmensa mayoría de los encuestados/as (94%) manifiestan no sentirse afectados/as por la reordenación de líneas de los autobuses urbanos de Granada (Pág. 89; Tabla 80). Para aquellos encuestados/as que sí se sienten afectados/as por esta reordenación, las principales consecuencias son “más movilidad, más rápido” y “menor frecuencia” (Pág. 90; Tabla 81).

2.2.9. Puesta en marcha del Metro de Granada

✓ Casi el 80% de los encuestados/as no se sienten afectados/as por la puesta en marcha del Metro de Granada (Pág. 91; Tabla 82). Para aquellos encuestados/as que sí se sienten afectados/as por esta puesta en marcha, las principales consecuencias son “más movilidad”, “movilidad más flexible” y “desplazamiento más rápido” (Pág 92; Tabla 83).

2.2.10. Medios de información del servicio de transporte utilizados

✓ “Internet”, App dispositivos móviles y “conductor” son los medios de información del servicio de transporte más utilizado por los encuestados/as (Pág. 94; Tabla 85).

2.2.11. Perspectiva de género

✓ No existen grandes diferencias en lo que a perspectiva de género se refiere. La valoración general del servicio de autobuses interurbanos es valorada mayoritariamente como buena por el 73,9% de los hombres y el 71,8% de las mujeres (Pág. 99; Tabla 90). Respecto a la valoración media de los aspectos analizados (Información, puntualidad, seguridad en la conducción, etc...) es similar para ambos sexos y su valor es de 7,4 para los hombres y 7,5 para las mujeres. (Pág. 103; Tabla 93).

✓ En cuanto a la afección de la reordenación de líneas urbanas, el 3% de las mujeres han respondido afirmativamente, similar al porcentaje de hombres que se han visto afectados asciende al 2,8% (Pág. 109; Ilustración 47)

✓ En cuanto a los medios de información que suelen utilizar, el 29,8% de las mujeres han respondido mayoritariamente “Internet”, al igual que 24,6% de hombres. (Pág. 113; Tabla 103)

3. RESULTADOS SENCILLOS METRO

3.1. LUGAR DONDE SE REALIZA LA ENCUESTA

LUGAR DONDE SE REALIZA LA ENCUESTA	Total	%	% Acumulado
Alcázar de Genil	103	20,24%	20,24%
Estación de Ferrocarril	102	20,04%	40,28%
Recogidas	203	39,88%	80,16%
Villarejo	101	19,84%	100,00%
Total general	509	100,00%	

Tabla 1. Lugar de realización de la encuesta

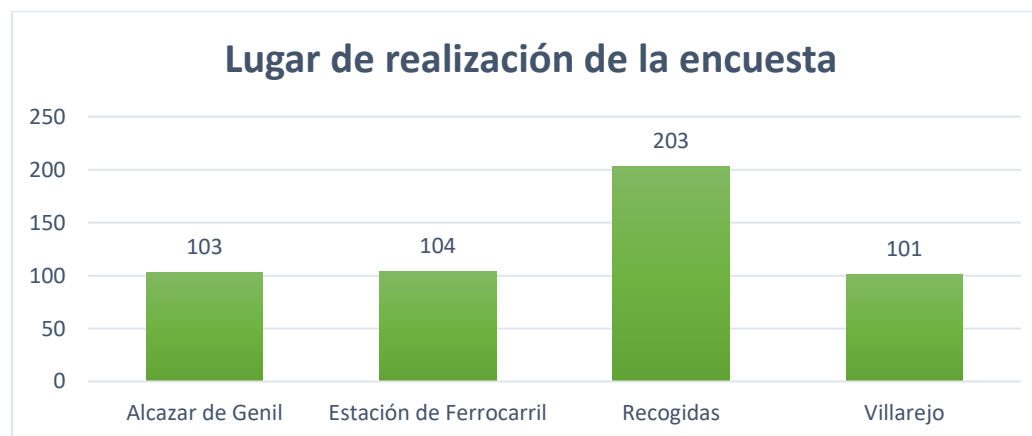


Ilustración 1. Lugar de realización de la encuesta

3.2. SENTIDO DEL VIAJE

SENTIDO	Total	%
ALBOLOTE	236	46,2%
ARMILLA	275	53,8%
Total general	511	100%

Tabla 2. Sentido del viaje

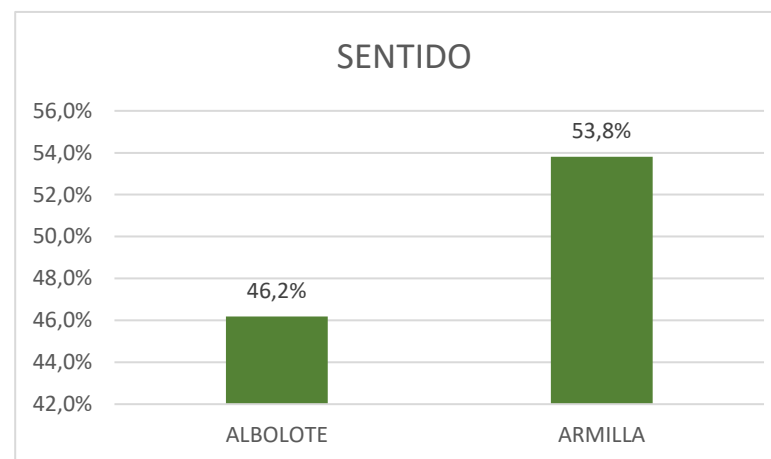


Ilustración 2. Sentido del viaje

3.3. DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS POR HORAS

HORA	Encuestas	%	% acumulado
7	5	1,0%	1,0%
8	21	4,1%	5,1%
9	20	3,9%	9,0%
10	27	5,3%	14,3%
11	35	6,8%	21,1%
12	42	8,2%	29,4%
13	47	9,2%	38,6%
14	30	5,9%	44,4%
15	36	7,0%	51,5%
16	71	13,9%	65,4%
17	82	16,0%	81,4%
18	72	14,1%	95,5%
19	21	4,1%	99,6%
20	2	0,4%	100,0%
Total general	511	100%	

Tabla 3. Distribución de encuestas por horas

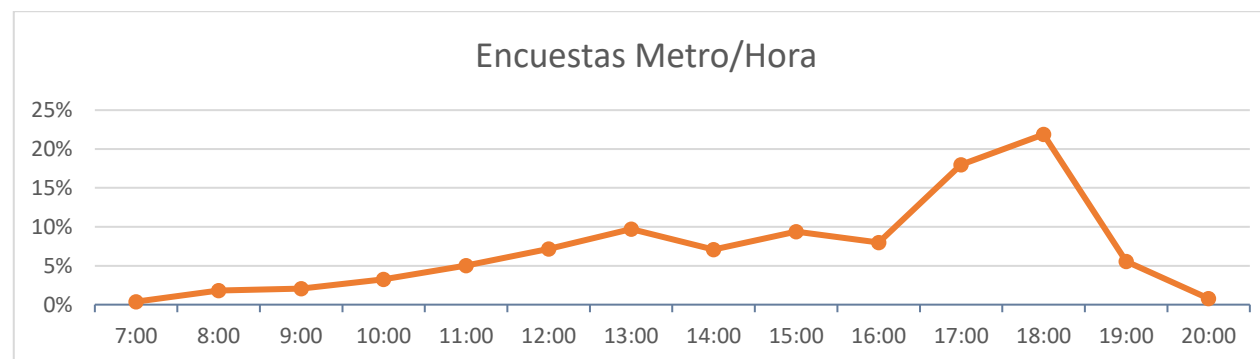


Ilustración 3. Distribución de encuestas por horas

3.4. ORIGEN DEL VIAJE

ORIGEN	Total	%	% acumulado
Granada Centro	284	55,6%	55,6%
Armillá	19	3,7%	59,3%
Zaidín	18	3,5%	62,8%
Maracena	13	2,5%	65,4%
La Chana	12	2,3%	67,7%
Pajaritos	10	2,0%	69,7%
Realejo	10	2,0%	71,6%
Ogíjares	9	1,8%	73,4%
Plaza de toros	8	1,6%	75,0%
Cartuja	8	1,6%	76,5%
Congresos	8	1,6%	78,1%
Cullar vega	8	1,6%	79,6%
Albolote	7	1,4%	81,0%
Recogidas	6	1,2%	82,2%
Alcázar del genil	5	1,0%	83,2%
Centro comercial Nevada	5	1,0%	84,1%
Las Gabias	5	1,0%	85,1%
Churriana de la Vega	4	0,8%	85,9%
Camino de ronda	4	0,8%	86,7%
Atarfe	4	0,8%	87,5%
Triunfo	4	0,8%	88,3%
Estación de autobuses	3	0,6%	88,8%
Purchil	3	0,6%	89,4%
Alfacar	3	0,6%	90,0%
Padul	3	0,6%	90,6%
Montillana	3	0,6%	91,2%
Facultad de ciencias	3	0,6%	91,8%

ORIGEN	Total	%	% acumulado
Pedro Antonio	3	0,6%	92,4%
Villarejo	3	0,6%	93,0%
Albaicín	3	0,6%	93,5%
Neptuno	2	0,4%	93,9%
Santa Fe	2	0,4%	94,3%
San Antón	2	0,4%	94,7%
Fuentenueva	2	0,4%	95,1%
Hipercor	2	0,4%	95,5%
Madrid	2	0,4%	95,9%
Alhamar	2	0,4%	96,3%
Inmaculada	2	0,4%	96,7%
Calle Alhamar	1	0,2%	96,9%
C ronda	1	0,2%	97,1%
Córdoba	1	0,2%	97,3%
Palacio de deportes	1	0,2%	97,5%
Estación de trenes	1	0,2%	97,7%
Parque Genil	1	0,2%	97,8%
Gonzalo Gallas	1	0,2%	98,0%
Paseillos universitarios	1	0,2%	98,2%
Bibrambla	1	0,2%	98,4%
La cruz	1	0,2%	98,6%
Sierra Nevada	1	0,2%	98,8%
Plaza de gracia	1	0,2%	99,0%
Universidad	1	0,2%	99,2%
Figares	1	0,2%	99,4%
Palacio de congresos	1	0,2%	99,6%
Arabial	1	0,2%	99,8%
Jaén	1	0,2%	100,0%
Total general	511	100%	

Tabla 4. Origen del viaje

3.5. DESTINO DEL VIAJE

DESTINO	Total	%	% acumulado
(en blanco)	90	17,6%	17,6%
Armillá	68	13,3%	30,9%
Zaidín	62	12,1%	43,1%
Maracena	35	6,8%	49,9%
Albolote	33	6,5%	56,4%
Granada	29	5,7%	62,0%
Estación de autobuses	22	4,3%	66,3%
PTS	11	2,2%	68,5%
Nevada	11	2,2%	70,6%
Almanjazar	10	2,0%	72,6%
Pulianas	9	1,8%	74,4%
Palacio de Deportes	8	1,6%	75,9%
Hospital PTS	8	1,6%	77,5%
Centro comercial Nevada	8	1,6%	79,1%
Facultad de Ciencias	7	1,4%	80,4%
Churriana de la Vega	7	1,4%	81,8%
Parque tecnológico	7	1,4%	83,2%
Fernando de los Ríos	6	1,2%	84,3%
Avd. Don Bosco	5	1,0%	85,3%
La Chana	5	1,0%	86,3%
Estación de ferrocarril	4	0,8%	87,1%
Cerrillo de Maracena	4	0,8%	87,9%
La Concepción	4	0,8%	88,6%
Nuevo los Cármenes	4	0,8%	89,4%
Joaquina Egaras - norte	4	0,8%	90,2%
Universidad Ingeniería de Caminos	4	0,8%	91,0%
Universidad de ciencias	3	0,6%	91,6%

DESTINO	Total	%	% acumulado
Anfiteatro	3	0,6%	92,2%
Argentinita	3	0,6%	92,8%
Villarejo	3	0,6%	93,3%
La Caleta	3	0,6%	93,9%
Dílar	3	0,6%	94,5%
Argentina	2	0,4%	94,9%
Juncaril	2	0,4%	95,3%
Hípica	2	0,4%	95,7%
Parada Jaén	2	0,4%	96,1%
Cataño mirasierra	2	0,4%	96,5%
Avd. Federico García Lorca	2	0,4%	96,9%
Facultad de Vellas Artes	2	0,4%	97,3%
El Padul	1	0,2%	97,5%
Fernando de los Ríos	1	0,2%	97,7%
Luis amador	1	0,2%	97,8%
Facultad de informática	1	0,2%	98,0%
San Lázaro	1	0,2%	98,2%
Calle las flores	1	0,2%	98,4%
Pajaritos	1	0,2%	98,6%
Blas de Otero	1	0,2%	98,8%
Andrés Segovia	1	0,2%	99,0%
La Cruz	1	0,2%	99,2%
Sierra Nevada	1	0,2%	99,4%
San Francisco Javier	1	0,2%	99,6%
Centro	1	0,2%	99,8%
Recogidas	1	0,2%	100,0%
Total general	511	100%	

Tabla 5. Destino del viaje

3.6. ¿REALIZABA ESTE VIAJE CON ANTERIORIDAD A LA PUESTA EN MARCHA DE METRO DE GRANADA?

REALIZADA ESTE VIAJE CON ANTERIORIDAD	Total	%	% Acumulado
El Metro funciona desde que reside en Granada	44	8,63%	8,63%
No	245	48,04%	56,67%
No reside en Granada	31	6,08%	62,75%
Sí, tenía que concatenar varios modos para poder realizar este viaje	4	0,78%	63,53%
Sí, utilizaba diferentes modos dependiendo de la ocasión	186	36,47%	100,00%
Total general	510	100%	

Tabla 6. Realizaba este viaje con anterioridad a la puesta en marcha de metro de Granada

3.7. MODOS DE TRANSPORTE UTILIZADOS ANTERIORMENTE PARA REALIZAR ESTE VIAJE

REALIZABA ESTE VIAJE CON ANTERIORIDAD	Total 1º	% 1º	Total 2º	% 2º	Total 3º	% 3º
Sí, tenía que concatenar varios modos para poder realizar este viaje	4	100,00%	2	100,00%		
Antes [Andando]		0,00%	1	50,00%		
Antes [Autobús Urbano]	1	25,00%	1	50,00%		
Antes [Vehículo como acompañante]	1	25,00%		0,00%		
Antes [Vehículo como conductor]	2	50,00%		0,00%		
Sí, utilizaba diferentes modos dependiendo de la ocasión	179	100,00%	66	100,00%	8	100,00%
Antes [Andando]	39	21,79%	22	33,33%		0,00%
Antes [Autobús Interurbano]	24	13,41%	8	12,12%	3	37,50%
Antes [Autobús Urbano]	71	39,66%	23	34,85%	2	25,00%
Antes [Bicicleta]	3	1,68%		0,00%		0,00%
Antes [Vehículo como acompañante]	14	7,82%	7	10,61%	3	37,50%
Antes [Vehículo como conductor]	28	15,64%	6	9,09%		0,00%
Total general	183		68		8	

Tabla 7. Modos de transporte utilizados anteriormente para realizar este viaje

3.8. MODOS COMPLEMENTARIOS DE ACCESO

MODOS COMPLEMENTARIOS DE ACCESO	Total	%	% Acumulado
Andando	464	90,8%	90,8%
Autobús urbano	20	3,9%	94,7%
Autobús interurbano	19	3,7%	98,4%
Vehículo privado conductor	5	1,0%	99,4%
Taxi	1	0,2%	99,6%
Vehículo privado acompañante	1	0,2%	99,8%
Bicicleta	1	0,2%	100,0%
Total general	511	100%	

Tabla 8. Modos complementarios de acceso

3.9. MODOS COMPLEMENTARIOS DE SALIDA

MODOS COMPLEMENTARIOS DE SALIDA	Total	%	% Acumulado
Andando	489	95,7%	95,7%
Vehículo privado acompañante	9	1,8%	97,5%
Autobús interurbano	6	1,2%	98,6%
Autobús urbano	3	0,6%	99,2%
Vehículo privado conductor	3	0,6%	99,8%
Taxi	1	0,2%	100,0%
Total general	511	100%	

Tabla 9. Modos complementarios de salida

3.10. POSIBILIDAD DE REALIZAR EL VIAJE EN VEHÍCULO PRIVADO

POSIBILIDAD DE REALIZAR EL VIAJE EN VEHÍCULO PRIVADO	Total	%
No	362	70,8%
Sí	149	29,2%
Total general	511	100%

Tabla 10. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado

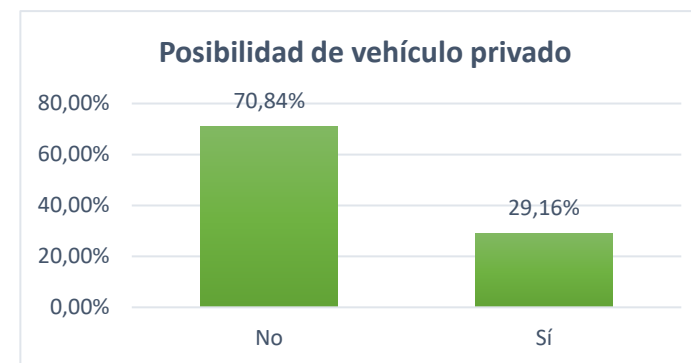


Ilustración 4. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado

3.11. RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (USUARIOS QUE DISPONEN DE VEHÍCULO PRIVADO)

RAZONES DE UTILIZAR EL TRANSPORTE PÚBLICO FRENTE AL VEHÍCULO PRIVADO	1er motivo		2do motivo		3er motivo	
	Total	%	Total	%	Total	%
[Falta de aparcamiento]	62	42,8%	34	39,5%	6	18,8%
[Comodidad]	33	22,8%	40	46,5%	8	25,0%
[Precio]	26	17,9%		0,0%		0,0%
[Congestión del tráfico]	1	0,7%	5	5,8%	15	46,9%
[No dispongo de carnet de conducir]	9	6,2%	3	3,5%	2	6,3%
[El vehículo lo usa otra persona]	9	6,2%		0,0%		0,0%
[Razones ecológicas]	3	2,1%	2	2,3%	1	3,1%
[Frecuencia]	1	0,7%	2	2,3%		0,0%
[El vehículo está en el taller]	1	0,7%		0,0%		0,0%

Tabla 11. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado

3.12. RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

RAZONES DE UTILIZAR EL TRANSPORTE PÚBLICO FRENTE AL VEHÍCULO PRIVADO	%	% acumulado
[Falta de aparcamiento]	40,7%	40,7%
[Comodidad]	29,3%	70,0%
[Precio]	12,2%	82,2%
[No dispongo de carnet de conducir]	5,5%	92,0%
[Congestión del tráfico]	4,4%	86,5%
[El vehículo lo usa otra persona]	4,2%	96,2%
[Razones ecológicas]	2,2%	98,4%
[Frecuencia]	1,1%	99,5%
[El vehículo está en el taller]	0,5%	100,0%
Total general	100,0%	

Tabla 12. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados: 1ª respuesta (x3) 2ª respuesta (x2) 3ª respuesta (x1))

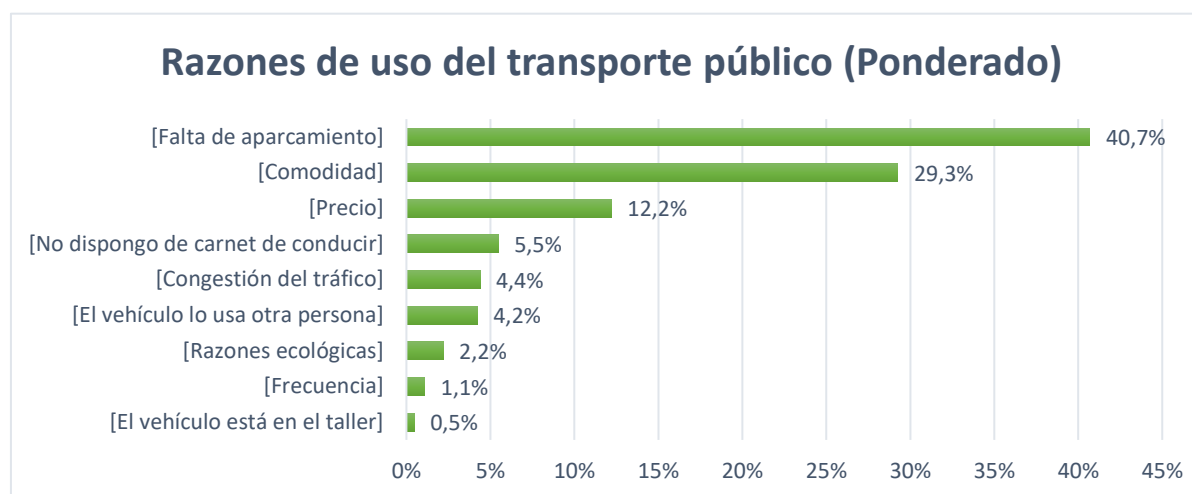


Ilustración 5. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados: 1ª respuesta (x3) 2ª respuesta (x2) 3ª respuesta (x1))

3.13. MOTIVOS DEL VIAJE

MOTIVO 1	Total	%	% acumulado
Trabajo	122	23,8%	23,9%
Asunto Personal	90	17,6%	41,4%
Estudios	89	17,4%	58,9%
Ocio	88	17,2%	76,1%
Médico	48	9,3%	85,5%
Compras	40	7,8%	93,3%
Acompañante	18	3,5%	96,8%
Gestiones	11	2,1%	99,0%
Otros	5	0,9%	100%
Total general	511	100%	

Tabla 13. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta

MOTIVO 2	Total	%	% acumulado
Compras	9	20,0%	20,0%
Asunto Personal	8	17,7%	37,7%
Ocio	8	17,7%	55,5%
Acompañante	6	13,3%	68,8%
Trabajo	6	13,3%	82,2%
Estudios	5	11,1%	93,3%
Médico	2	4,4%	97,7%
Gestiones	1	2,2%	100,0%
Total general	45	100,00%	

Tabla 14. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta

MOTIVO 3	Total	%	% acumulado
Asunto Personal	3	50,0%	50,0%
Acompañante	1	16,6%	66,6%
Gestiones	1	16,6%	83,3%
Compras	1	16,6%	100%
Total general	6	100%	

Tabla 15. Razones de utilizar el transporte 1ª respuesta

3.14. MOTIVOS DEL VIAJE (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

MOTIVOS DE VIAJE	%	% acumulado
Trabajo	23,2%	23,2%
Asunto Personal	17,7%	40,9%
Ocio	17,2%	58,1%
Estudios	17,0%	75,1%
Médico	9,1%	84,2%
Compras	8,5%	92,8%
Acompañante	4,1%	96,9%
Gestiones	2,2%	99,1%
Otros	0,9%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 16. Motivos de viaje (ponderado por orden de respuesta)

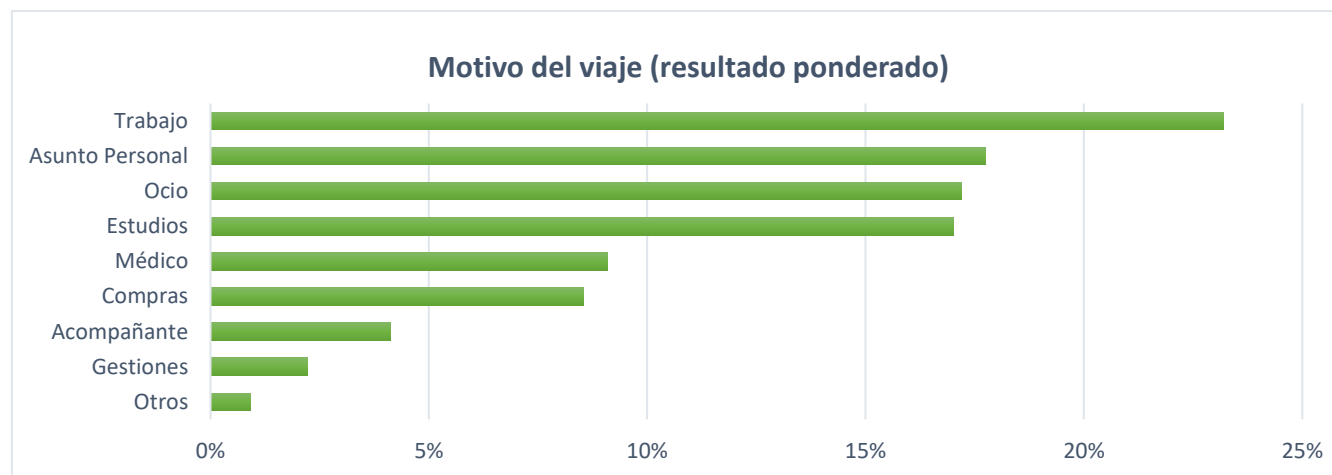


Ilustración 6. Motivo del viaje (ponderado por orden de respuesta)

3.15. FRECUENCIA DEL VIAJE

FRECUENCIA DEL VIAJE	Total	%	% acumulado
Casi a diario (4 o más días a la semana)	210	41,18%	41,18%
Frecuentemente (de 1 a 3 días a la semana)	150	29,41%	70,59%
Ocasionalmente (de 1 a 3 días al mes)	90	17,65%	88,24%
Esporádicamente (menos de 1 vez al mes)	60	11,76%	100,00%
Total general	510	100,00%	

Tabla 17. Frecuencia del viaje

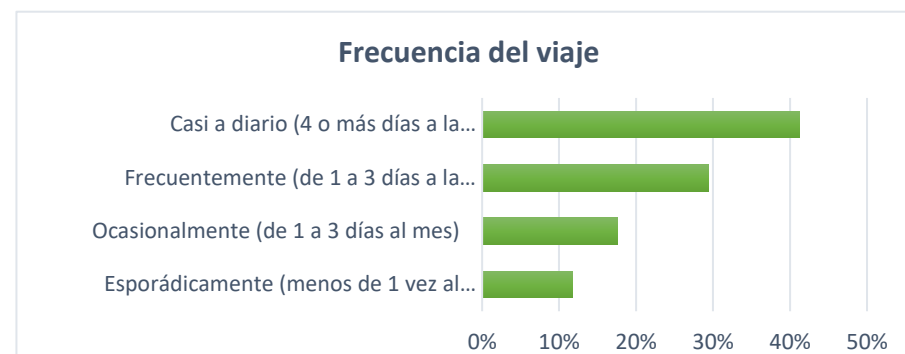


Ilustración 7. Frecuencia del viaje

3.16. TIPO DE VIAJE

TIPO DE VIAJE	Total	%	% acumulado
Ida y vuelta	377	73,9%	73,9%
Sólo desde esta parada	105	20,6%	94,5%
Sólo hacia esta parada	26	5,1%	99,6%
Normalmente ida	2	0,4%	100,0%
Total general	510	100%	

Tabla 18. Tipo de viaje



Ilustración 8. Tipo de viaje

3.17. TIPO DE BILLETE

TIPO DE BILLETE	Total	%	% acumulado
Tarjeta Consorcio	290	57,0%	57,0%
Tarjeta Metro	170	33,4%	90,4%
Billete sencillo (un viaje) Metro	41	8,1%	98,4%
Billete Ida y Vuelta	8	1,6%	100,0%
Total general	509	100,00%	

Tabla 19. Tipo de billete

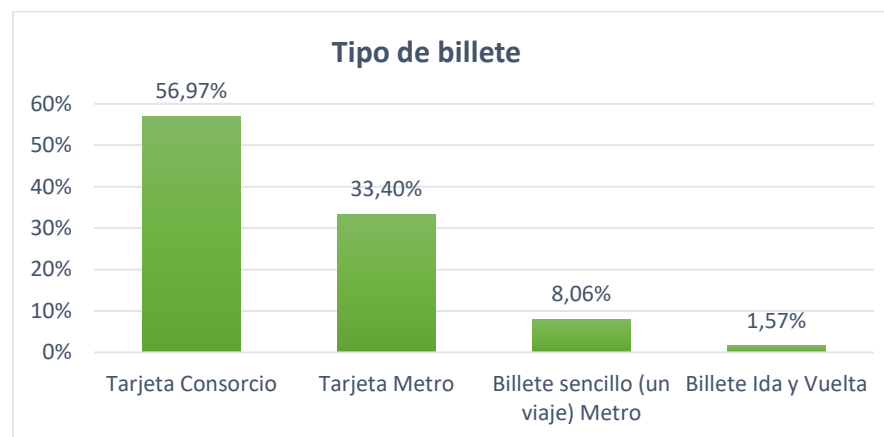


Ilustración 9. Tipo de billete

3.18. VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO

VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Muy bueno	26	5,1%	5,1%
Bueno	404	79,3%	84,5%
Normal	69	13,6%	98,0%
Malo	6	1,2%	99,2%
Muy malo	3	0,6%	99,8%
NS/NC	1	0,2%	100%
Total general	509	100,00%	

Tabla 20. Valoración general del servicio de transporte público

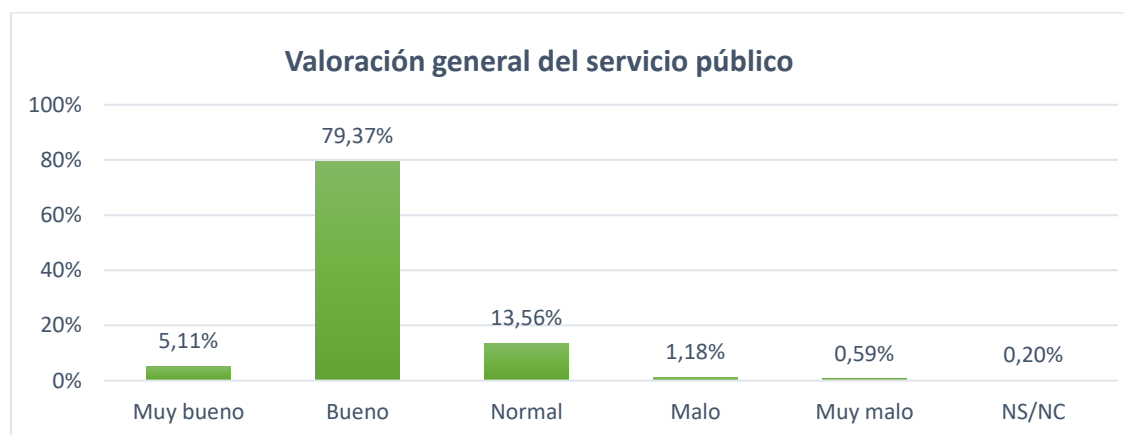


Ilustración 10. Valoración general del servicio de transporte público

3.19. VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO

VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Muy satisfecho	25	5,1%	5,1%
Bastante satisfecho	12	2,5%	7,6%
Satisfecho	403	82,6%	90,2%
Poco satisfecho	28	5,7%	95,9%
Nada satisfecho	6	1,2%	97,1%
NS/NC	14	2,9%	100,0%
Total general	488	100,00%	

Tabla 21. Valoración de la gestión del servicio público

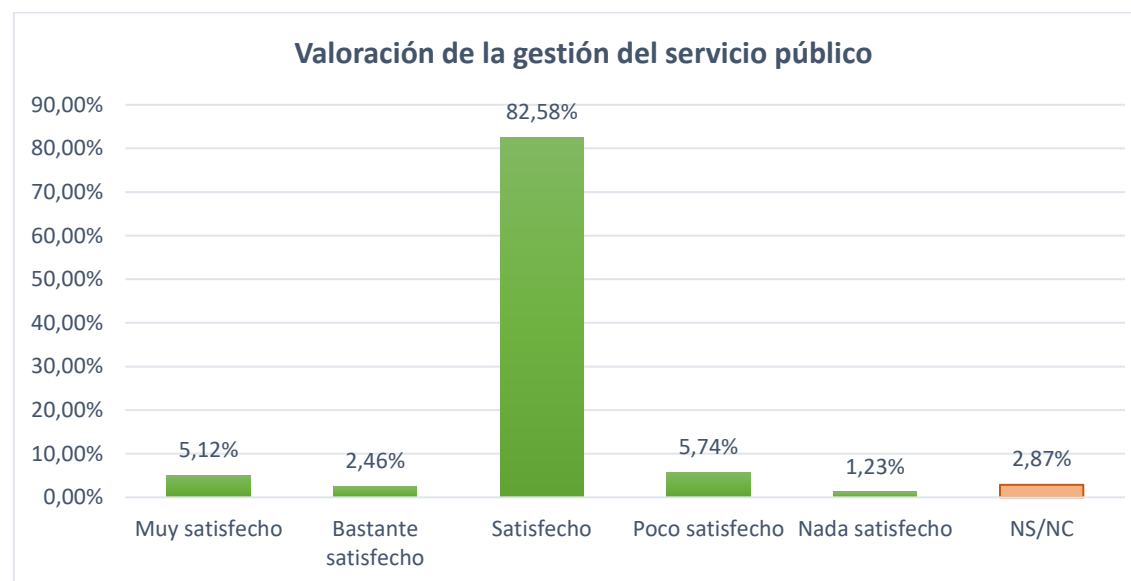


Ilustración 11. Valoración de la gestión del servicio público

3.20. CALIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL SERVICIO – ESTADÍSTICOS

Calificación de los aspectos	Válidos	NS/NC	Media	Mediana	Desv. Típica	mín	máx
Información	507	4	8,68	9	1,51	0	10
Puntualidad	506	5	8,73	9	1,46	1	10
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	502	9	8,78	9	1,46	0	10
Trato con el personal en las estaciones (amabilidad)	507	4	8,85	9	1,43	0	10
Limpieza en el interior del Metro	509	2	8,74	9	1,42	0	10
Espacio en el interior del vagón	507	4	6,91	7	2,37	0	10
Temperatura en el interior (frío/calor)	506	5	8,64	9	1,40	1	10
Facilidad de acceso y salida del metro	508	3	8,70	9	1,31	1	10
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	508	3	8,23	8	1,49	0	10
Rapidez	503	8	8,56	9	1,44	0	10
Frecuencia o número de servicios diarios	506	5	8,27	9	1,66	0	10
Proximidad de las paradas a su origen o destino	507	4	8,65	9	1,25	0	10
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	508	3	8,52	9	1,39	0	10
Promedio	506	5	8,48	9	1,51	0	10

Tabla 22. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos

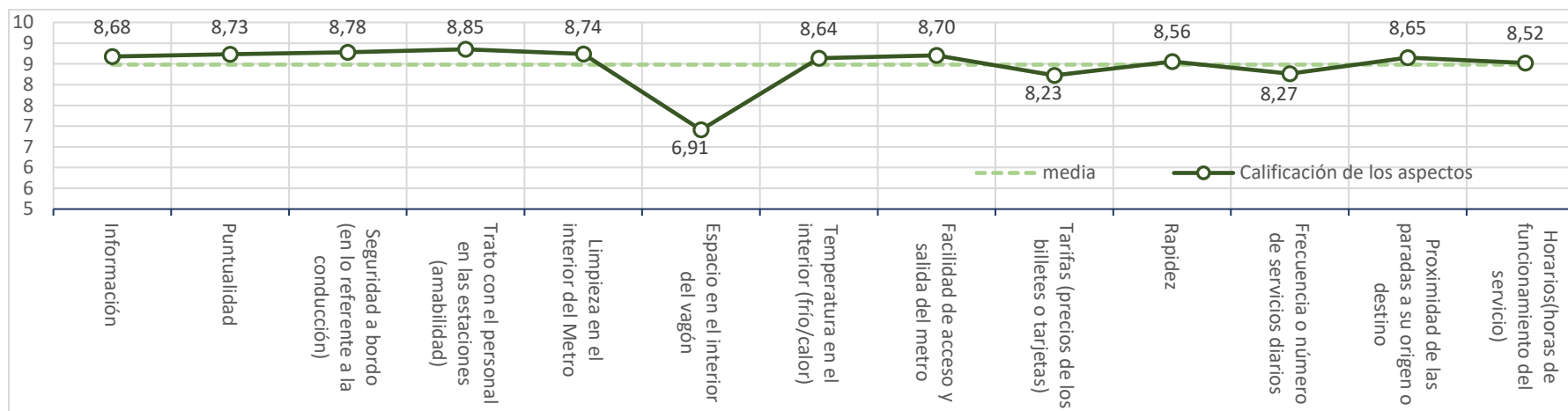


Ilustración 12. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos

3.21. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS

ASPECTOS EN PRIMER ORDEN DE IMPORTANCIA PARA LOS USUARIOS	Total	%	% acumulado
Puntualidad	116	23,0%	23,0%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	65	12,9%	35,8%
Espacio en el interior de los autobuses	64	12,7%	48,5%
Información	46	9,1%	57,6%
Frecuencia o número de servicios diarios	43	8,5%	66,1%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	41	8,1%	74,3%
Trato de los conductores (amabilidad)	40	7,9%	82,2%
Rapidez	28	5,5%	87,7%
Limpieza en el interior de los autobuses	27	5,3%	93,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	13	2,6%	95,6%
Facilidad de acceso y salida del autobús	10	2,0%	97,6%
Temperatura en el interior (frío/calor)	9	1,8%	99,4%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	3	0,6%	100,0%
Total general	505	100%	

Tabla 23. Aspectos en primer orden de importancia para los usuarios

ASPECTOS EN SEGUNDO ORDEN DE IMPORTANCIA PARA LOS USUARIOS	Total	%	% acumulado
Espacio en el interior de los autobuses	71	16,6%	16,6%
Rapidez	70	16,4%	32,9%
Frecuencia o número de servicios diarios	65	15,2%	48,1%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	45	10,5%	58,6%
Limpieza en el interior de los autobuses	33	7,7%	66,4%
Puntualidad	28	6,5%	72,9%
Información	23	5,4%	78,3%
Temperatura en el interior (frío/calor)	21	4,9%	83,2%
Facilidad de acceso y salida del autobús	20	4,7%	87,9%
Trato de los conductores (amabilidad)	17	4,0%	91,8%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	14	3,3%	95,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	11	2,6%	97,7%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	10	2,3%	100,0%
Total general	428	100%	

Tabla 24. Aspectos en segundo orden de importancia para los usuarios

ASPECTOS EN TERCER ORDEN DE IMPORTANCIA PARA LOS USUARIOS	Total	%	% acumulado
Espacio en el interior de los autobuses	38	13,5%	13,5%
Limpieza en el interior de los autobuses	35	12,5%	26,0%
Frecuencia o número de servicios diarios	34	12,1%	38,1%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	31	11,0%	49,1%
Facilidad de acceso y salida del autobús	29	10,3%	59,4%
Temperatura en el interior (frío/calor)	24	8,5%	68,0%
Rapidez	20	7,1%	75,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	17	6,0%	81,1%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	14	5,0%	86,1%
Puntualidad	13	4,6%	90,7%
Trato de los conductores (amabilidad)	11	3,9%	94,7%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	9	3,2%	97,9%
Información	6	2,1%	100,0%
Total general	281	100%	

Tabla 25. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios

3.22. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

ASPECTO MÁS IMPORTANTE (PONDERADO POR ORDEN DE RESPUESTA)	%	% acumulado
Puntualidad	15,7%	15,7%
Espacio en el interior de los autobuses	14,0%	29,8%
Frecuencia o número de servicios diarios	11,0%	40,8%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,2%	50,0%
Rapidez	9,2%	59,2%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	8,4%	67,6%
Información	7,2%	74,8%
Limpieza en el interior de los autobuses	6,9%	81,7%
Trato de los conductores (amabilidad)	6,2%	87,9%
Facilidad de acceso y salida del autobús	3,7%	91,6%
Temperatura en el interior (frío/calor)	3,5%	95,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	2,9%	98,1%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	1,9%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 26. Aspectos más importantes para los usuarios (ponderados)

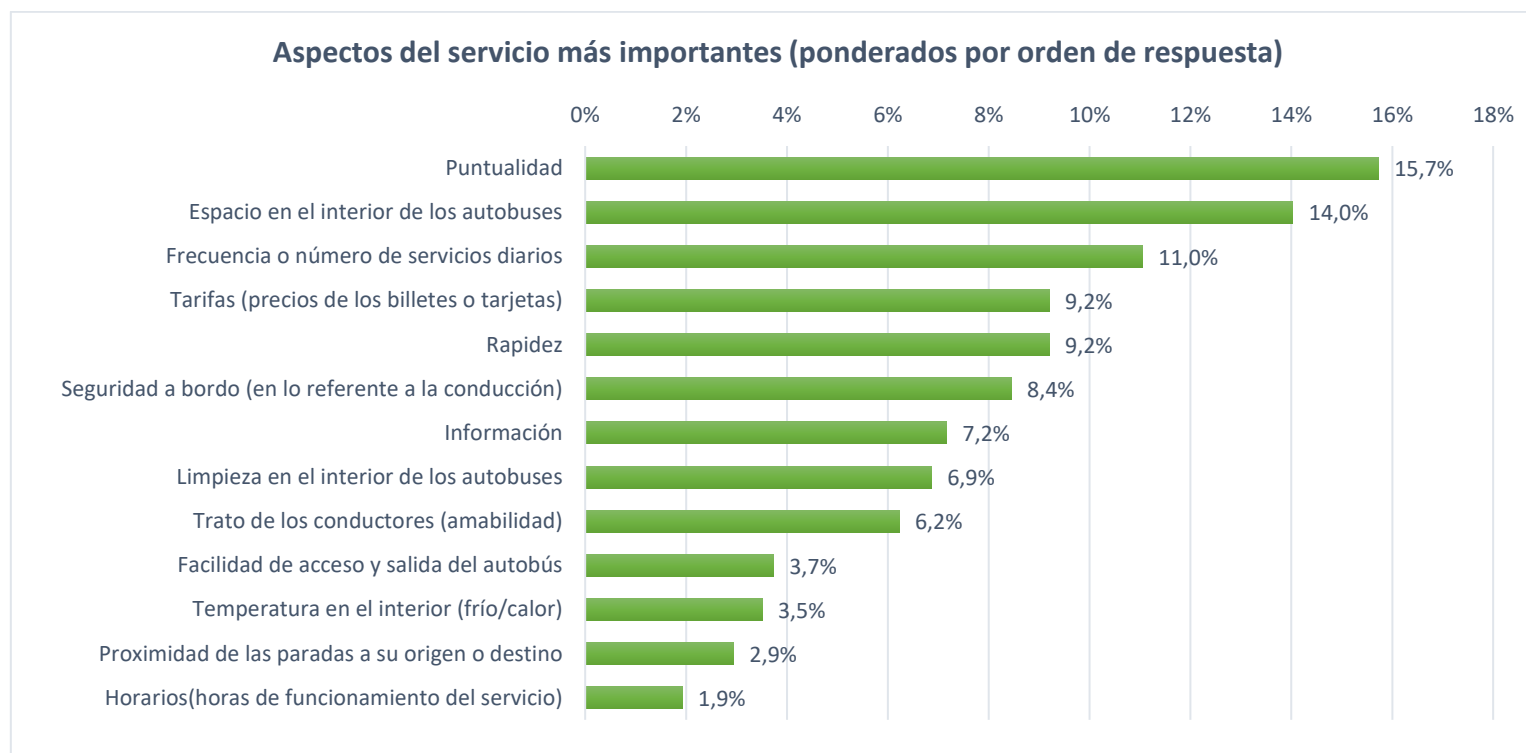


Ilustración 13. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios

3.23. ¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA	Total
No	348
Sí	12
NS/NC	2
Total general	362

Tabla 27. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

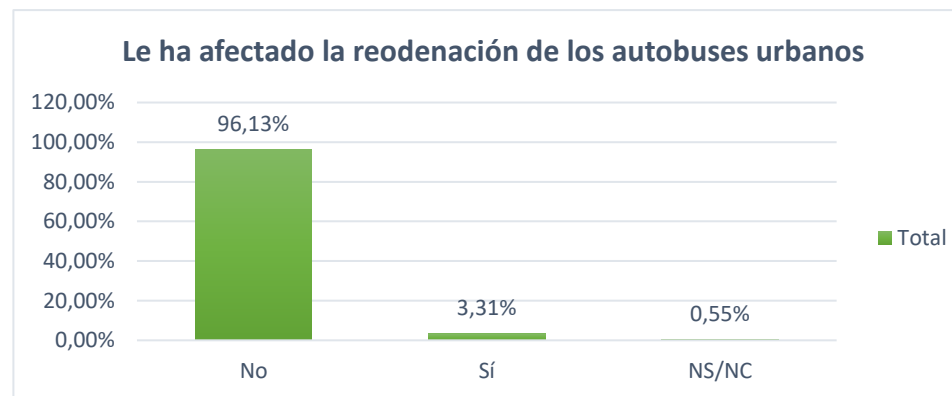


Ilustración 14. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

3.24. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

EN QUE LE HA AFECTADO	Total
Ahora no utilizo el coche	1
Más movilidad	4
(en blanco)	7
Total general	12

Tabla 28. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

3.25. LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA

LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	Total
No	246
NS/NC	2
Sí	125
Total general	373

Tabla 29. Le ha afectado la puesta en marcha del metro

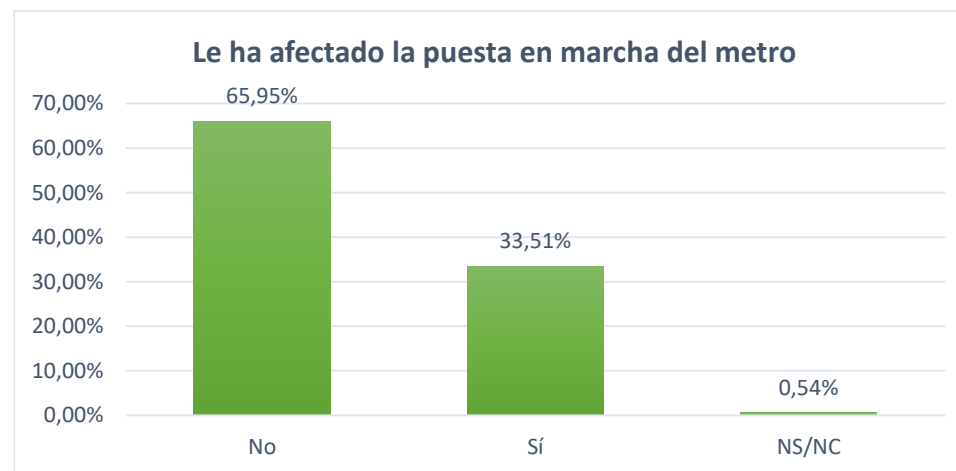


Ilustración 15. Le ha afectado la puesta en marcha del metro

3.26. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?

EN QUE LE HA AFECTADO	Total
Más movilidad	56
Por qué ahora lo uso	3
Positivamente. Paradas cerca de casa y trabajo	2
Mayor comodidad	2
Facilidad para desplazarme (en blanco)	1
Total general	64

Tabla 30. En qué le ha afectado la puesta en marcha del metro

3.27. GRADO EN QUE LE HA AFECTADO DICHA PUESTA EN MARCHA

EN QUE GRADO LE HA AFECTADO	Total	%	% acumulado
10	69	60,10%	60,10%
9	38	29,79%	89,90%
8	12	8,36%	98,26%
7	1	0,61%	98,87%
5	2	0,87%	99,74%
3	1	0,26%	100,00%
0	1	0,00%	100,00%
Total general	124	100,00%	

Tabla 31. En qué grado le ha afectado la puesta en marcha del metro

3.28. MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO

3.28.1. ¿Cómo se informa del servicio?

COMO SE INFORMA DEL SERVICIO	Total	%	% acumulado
Información que hay en las paradas	302	59,57%	59,57%
Internet	117	23,08%	82,64%
Redes sociales	39	7,69%	90,34%
NS/NC	30	5,92%	96,25%
App dispositivos móviles	11	2,17%	98,42%
Prensa	3	0,59%	99,01%
No me informo	2	0,39%	99,41%
Conductor	1	0,20%	99,61%
Twitter	1	0,20%	99,80%
Boca a boca	1	0,20%	100,00%
Total general	507	100,00%	

Tabla 32. Cómo se informa del servicio

3.28.2. Conoce la web

CONOCE LA WEB	Total	%
NO	385	78,73%
SI	88	18,00%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	16	3,27%
Total general	489	100,00%

Tabla 33. Uso de la web como medio de información

3.28.3. Conoce el teléfono

CONOCE EL TELÉFONO DE INFORMACIÓN DEL CONSORCIO	Total	%
NO	466	95,49%
SI	19	3,89%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	3	0,61%
(en blanco)		0,00%
Total general	488	100,00%

Tabla 34. Uso del Teléfono de información como medio de información

3.28.4. Conoce la oficina

CONOCE SERVICIO ATENCIÓN EN OFICINA DEL CONSORCIO	Total	%
NO	482	99,18%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	2	0,41%
SI	2	0,41%
(en blanco)		0,00%
Total general	486	100,00%

Tabla 35. Uso de la oficina de atención como medio de información

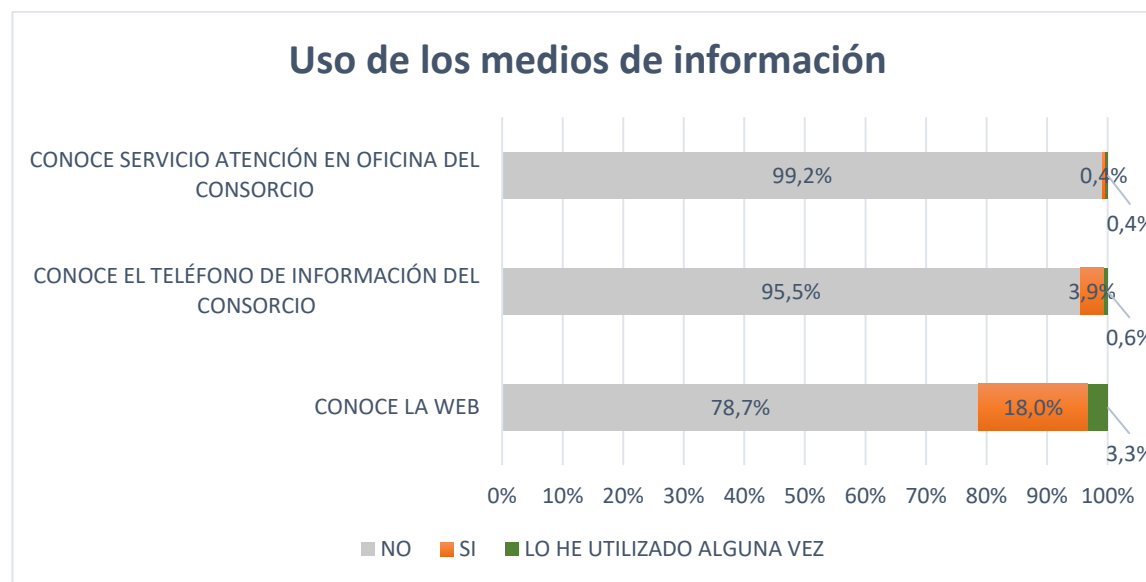


Ilustración 16. Uso de los medios de información

3.28.5. Calificación de los medios de información

CALIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN	Válidos	NS/NC	Media	Mediana	Desv. Típica	mín	máx
[Web (www.ctagr.com):]	105	406	7,15	8	2,63	0	10
[Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65):]	22	489	6,68	7	1,89	3	10
[Atención al público en las oficinas del Consorcio:]	4	507	6,75	6,5	1,79	5	9
Promedio	44	467	6,86	7	2,10	3	10

Tabla 36. Calificación estadística de los medios de información disponibles

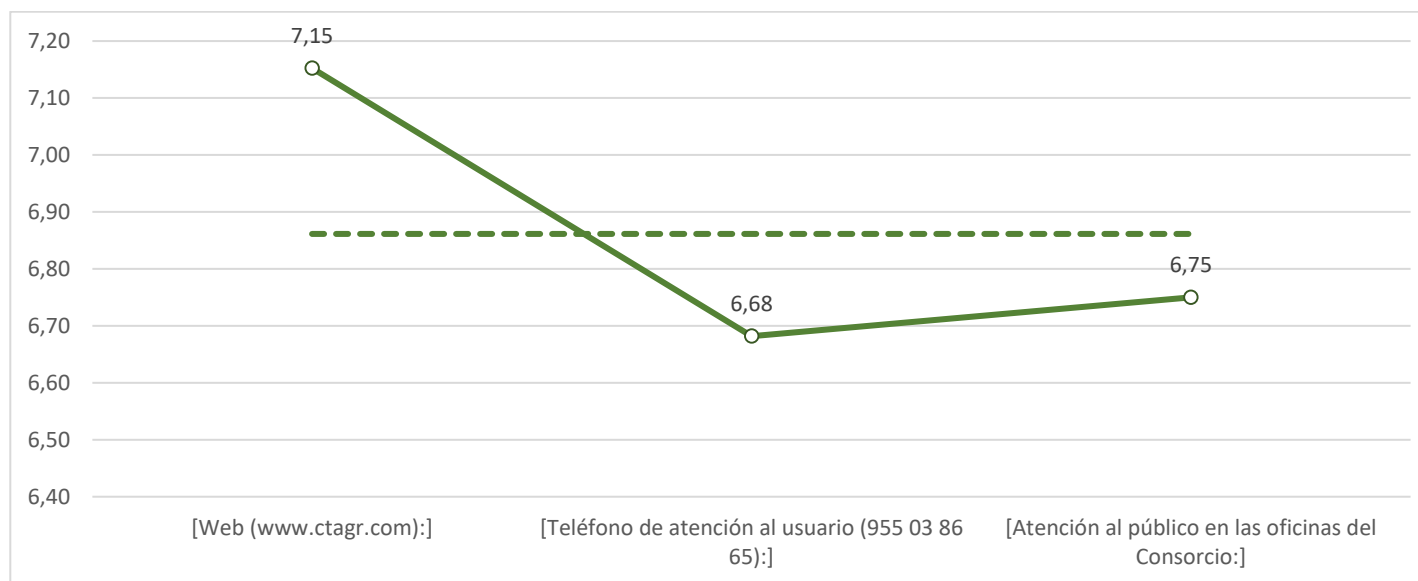


Ilustración 17. Calificación de los medios de información disponibles

3.29. PERFIL DEL USUARIO

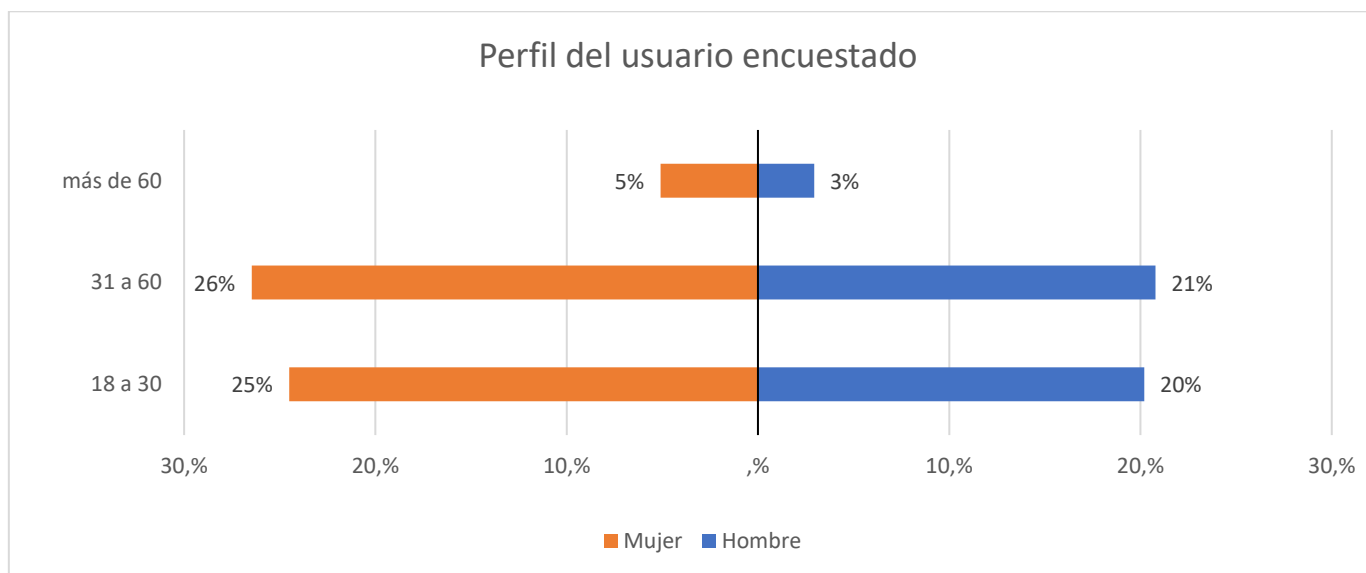


Ilustración 18. Perfil del usuario encuestado

3.30. PERSPECTIVA DE GÉNERO

3.30.1. VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO

Género	Muy bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy malo	Total general
Hombre	6,3%	80,6%	12,6%	0,5%	0,0%	100%
Mujer	4,2%	78,7%	14,3%	1,7%	1,0%	100%
Total general	5,1%	79,5%	13,6%	1,2%	0,6%	100%

Tabla 37. Valoración general del servicio público según género

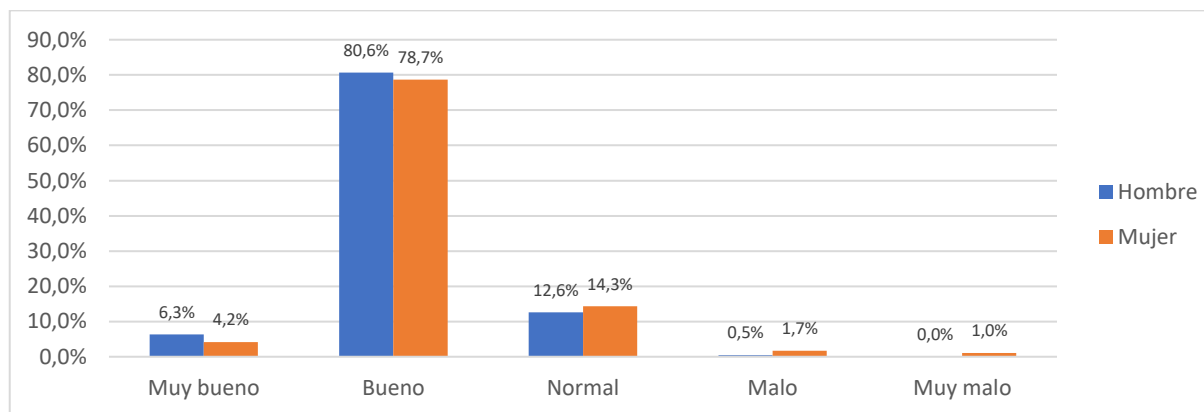


Ilustración 19. Valoración general del servicio público según género

3.30.2. VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO

Género	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Total general
Hombre	5,5%	4,0%	83,5%	7,0%	0,0%	100%
Mujer	5,1%	1,5%	86,1%	5,1%	2,2%	100%
Total general	5,3%	2,5%	85,0%	5,9%	1,3%	100%

Tabla 38. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género

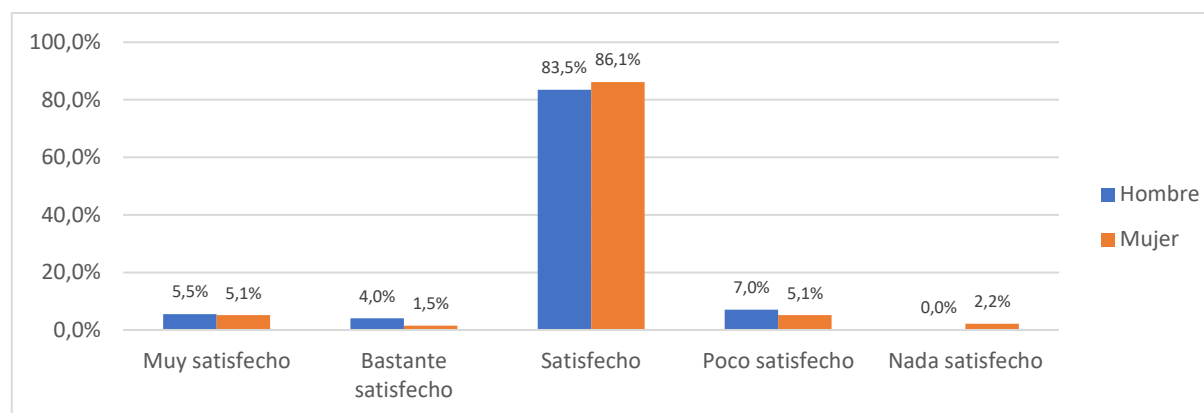


Ilustración 20. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género

3.30.3. VALORACIÓN DE ASPECTOS (ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS)

Aspecto	Género	N	Mínimo	Máximo	Media
INFORMACIÓN	Hombre	222	1	10	8,7
	Mujer	285	0	10	8,6
Subtotal/Min/Max/Media Información		507	0	10	8,7
PUNTUALIDAD	Hombre	222	3	10	8,6
	Mujer	284	1	10	8,8
Subtotal/Min/Max/Media Puntualidad		506	1	10	8,7
CONDUCCIÓN	Hombre	220	3	10	8,7
	Mujer	282	0	10	8,8
Subtotal/Min/Max/Media Conducción		502	0	10	8,8
AMABILIDAD	Hombre	221	0	10	8,8
	Mujer	286	0	10	8,9
Subtotal/Min/Max/Media Amabilidad		507	0	10	8,8
LIMPIEZA	Hombre	223	1	10	8,8
	Mujer	286	0	10	8,7
Subtotal/Min/Max/Media Limpieza		509	0	10	8,7
ESPACIO	Hombre	223	1	10	7,0
	Mujer	284	0	10	6,8
Subtotal/Min/Max/Media Espacio		507	0	10	6,9
TEMPERATURA	Hombre	222	4	10	8,7
	Mujer	284	1	10	8,6
Subtotal/Min/Max/Media Temperatura		506	1	10	8,6
ACCESO	Hombre	222	1	10	8,6
	Mujer	286	2	10	8,8
Subtotal/Min/Max/Media Acceso		508	1	10	8,7
TARIFAS	Hombre	222	3	10	8,3
	Mujer	286	0	10	8,2
Subtotal/Min/Max/Media Tarifas		508	0	10	8,2
RAPIDEZ	Hombre	219	3	10	8,5
	Mujer	284	0	10	8,6
Subtotal/Min/Max/Media Rapidex		503	0	10	8,6

Aspecto	Género	N	Mínimo	Máximo	Media
FRECUENCIA	Hombre	222	1	10	8,3
	Mujer	284	0	10	8,3
Subtotal/Min/Max/Media Frecuencia		506	0	10	8,3
PROXIMIDAD	Hombre	222	4	10	8,7
	Mujer	285	0	10	8,6
Subtotal/Min/Max/Media Proximidad		507	0	10	8,7
HORARIOS	Hombre	222	4	10	8,5
	Mujer	286	0	10	8,6
Subtotal/Min/Max/Media Horarios		508	0	10	8,5

Tabla 39. Valoración de aspectos según género

3.30.4. RESUMEN VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS

ASPECTO	Género	
	Hombre	Mujer
VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN	8,7	8,6
VALORACIÓN DE LA PUNTUALIDAD	8,6	8,8
VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN	8,7	8,8
VALORACIÓN DE LA AMABILIDAD	8,8	8,9
VALORACIÓN DE LA LIMPIEZA	8,8	8,7
VALORACIÓN DEL ESPACIO	7,0	6,8
VALORACIÓN DE LA TEMPERATURA	8,7	8,6
VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE ACCESO	8,6	8,8
VALORACIÓN DE LAS TARIFAS	8,3	8,2
VALORACIÓN DE LA RAPIDEZ	8,5	8,6
VALORACIÓN DE LA FRECUENCIA	8,3	8,3
VALORACIÓN DE LA PROXIMIDAD	8,7	8,6
VALORACIÓN DE HORARIOS	8,5	8,6
VALORACIÓN MEDIA	8,5	8,5

Tabla 40. Resumen valoración media de aspectos según género

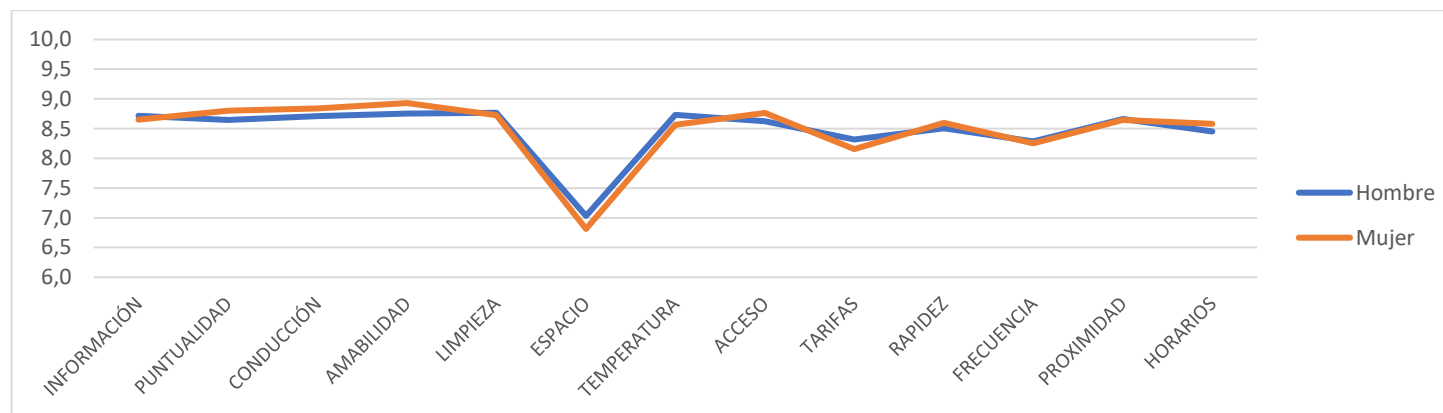


Ilustración 21. Resumen valoración media de aspectos según género

3.30.5. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS

ASPECTOS EN PRIMER ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Puntualidad	18,9%	26,1%	23,0%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	14,0%	12,0%	12,9%
Espacio en el interior de los autobuses	13,5%	12,0%	12,7%
Información	9,5%	8,8%	9,1%
Frecuencia o número de servicios diarios	8,6%	8,5%	8,5%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,0%	7,4%	8,1%
Trato de los conductores (amabilidad)	8,6%	7,4%	7,9%
Rapidez	4,5%	6,4%	5,5%
Limpieza en el interior de los autobuses	4,5%	6,0%	5,3%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	2,7%	2,5%	2,6%
Facilidad de acceso y salida del autobús	3,2%	1,1%	2,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	1,8%	1,8%	1,8%
Horarios (horas de funcionamiento del servicio)	1,4%	0,0%	0,6%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 41. Aspectos en primer orden de importancia según género

ASPECTOS EN SEGUNDO ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Espacio en el interior de los autobuses	14,7%	17,9%	16,6%
Rapidez	17,5%	15,5%	16,4%
Frecuencia o número de servicios diarios	16,9%	13,9%	15,2%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	8,5%	12,0%	10,5%
Limpieza en el interior de los autobuses	7,3%	8,0%	7,7%
Puntualidad	6,2%	6,8%	6,5%
Información	6,2%	4,8%	5,4%
Temperatura en el interior (frío/calor)	5,1%	4,8%	4,9%
Facilidad de acceso y salida del autobús	3,4%	5,6%	4,7%
Trato de los conductores (amabilidad)	5,6%	2,8%	4,0%
Horarios (horas de funcionamiento del servicio)	3,4%	3,2%	3,3%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	2,8%	2,4%	2,6%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	2,3%	2,4%	2,3%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 42. Aspectos en segundo orden de importancia según género

ASPECTOS EN TERCER ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Espacio en el interior de los autobuses	12,4%	14,3%	13,5%
Limpieza en el interior de los autobuses	13,3%	11,9%	12,5%
Frecuencia o número de servicios diarios	10,6%	13,1%	12,1%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	10,6%	11,3%	11,0%
Facilidad de acceso y salida del autobús	10,6%	10,1%	10,3%
Temperatura en el interior (frío/calor)	10,6%	7,1%	8,5%
Rapidez	4,4%	8,9%	7,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	6,2%	6,0%	6,0%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	3,5%	6,0%	5,0%
Puntualidad	7,1%	3,0%	4,6%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,4%	3,6%	3,9%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	3,5%	3,0%	3,2%
Información	2,7%	1,8%	2,1%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 43. Aspectos en tercer orden de importancia según género

3.30.6. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

ASPECTO MÁS IMPORTANTE HOMBRE (PONDERADO)	%	% acumulado
Puntualidad	13,8%	13,8%
Espacio en el interior de los autobuses	13,8%	27,5%
Frecuencia o número de servicios diarios	11,4%	38,9%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	9,3%	48,2%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,0%	57,2%
Rapidez	8,6%	65,8%
Información	7,8%	73,5%
Trato de los conductores (amabilidad)	7,2%	80,8%
Limpieza en el interior de los autobuses	6,3%	87,0%
Facilidad de acceso y salida del autobús	4,0%	91,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	3,7%	94,7%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	3,1%	97,8%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	2,2%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 44. Aspectos del servicio más importantes para hombres (ponderados por orden de respuesta)

ASPECTO MÁS IMPORTANTE MUJER (PONDERADO)	%	% acumulado
Puntualidad	17,2%	17,2%
Espacio en el interior de los autobuses	14,2%	31,4%
Frecuencia o número de servicios diarios	10,8%	42,2%
Rapidez	9,7%	51,9%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,3%	61,2%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	7,8%	69,1%
Limpieza en el interior de los autobuses	7,3%	76,4%
Información	6,7%	83,1%
Trato de los conductores (amabilidad)	5,5%	88,5%
Facilidad de acceso y salida del autobús	3,6%	92,1%
Temperatura en el interior (frío/calor)	3,4%	95,5%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	2,8%	98,3%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	1,7%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 45. Aspectos del servicio más importantes para mujeres (ponderados por orden de respuesta)

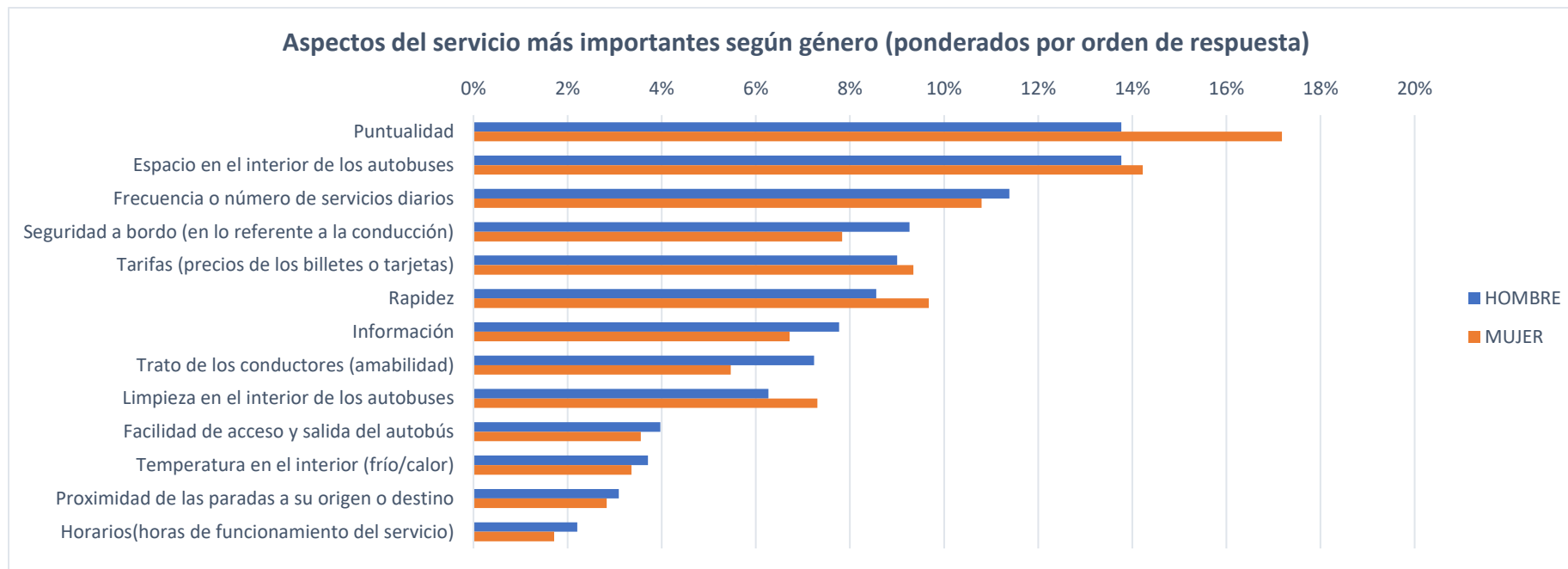


Ilustración 22. Aspectos del servicio más importantes según género (ponderados por orden de respuesta)

3.30.7. ¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA	Hombre	Mujer	Total general
No	144	204	348
Sí	3	9	12
NS/NC	1	1	2
Total general	148	214	362

Tabla 46. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

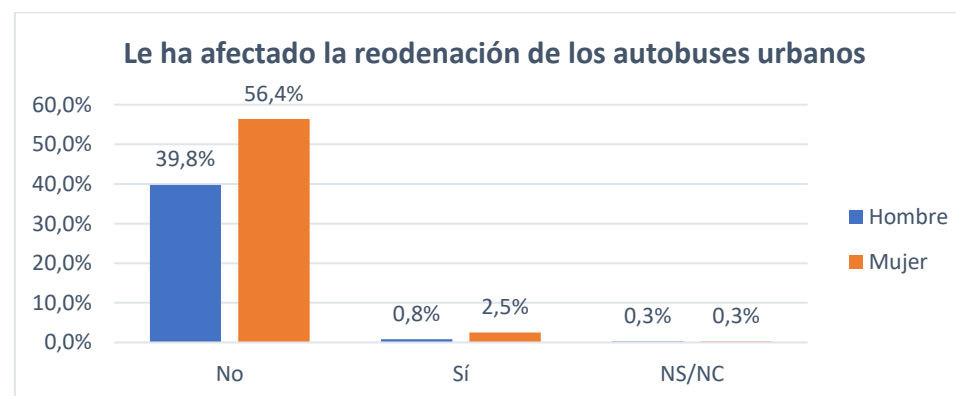


Ilustración 23. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

3.30.8. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

EN QUE LE HA AFECTADO	Hombre	Mujer	Total general
Ahora no utilizo el coche		1	1
Más movilidad		4	4
(en blanco)	7		7
Total general	7	5	12

Tabla 47. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

3.30.9. LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA

LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	Hombre	Mujer	Total general
No	88	158	246
Sí	64	61	125
NS/NC	1	1	2
Total general	153	220	373

Tabla 48. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género



Ilustración 24. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género

3.30.10. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?

EN QUE LE HA AFECTADO	Hombre	Mujer	Total general
Más movilidad	26	30	56
Por qué ahora lo uso	2	1	3
Positivamente. Paradas cerca de casa y trabajo	1	1	2
Mayor comodidad	2		2
Facilidad para desplazarme	1		1
Total general	32	32	64

Tabla 49. En qué le ha puesta en marcha del metro según género

3.30.11. MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO

¿Cómo se informa del servicio?

COMO SE INFORMA DEL SERVICIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
Información que hay en las paradas	133	26,2%	169	33,3%	302	59,6%
Internet	57	11,2%	60	11,8%	117	23,1%
Redes sociales	14	2,8%	25	4,9%	39	7,7%
NS/NC	8	1,6%	22	4,3%	30	5,9%
App dispositivos móviles	5	1,0%	6	1,2%	11	2,2%
Prensa	2	0,4%	1	0,2%	3	0,6%
No me informo	2	0,4%	0	0,0%	2	0,4%
Conductor	0	0,0%	1	0,2%	1	0,2%
Twitter	1	0,2%	0	0,0%	1	0,2%
Boca a boca	0	0,0%	1	0,2%	1	0,2%
Total general	222	43,8%	285	56,2%	507	100%

Tabla 50. Cómo se informa del servicio según género

Conoce la web

CONOCE LA WEB	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	171	34,9%	214	43,7%	385	78,6%
SI	38	7,8%	51	10,4%	89	18,2%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	2	0,4%	14	2,9%	16	3,3%
Total general	211	43,1%	279	56,9%	490	100%

Tabla 51. Uso de la web como medio de información según género

Conoce el teléfono

CONOCE EL TELÉFONO DE INFORMACIÓN DEL CONSORCIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	206	42,2%	260	53,3%	466	95,5%
SI	4	0,8%	15	3,1%	19	3,9%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	0	0,0%	3	0,6%	3	0,6%
Total general	210	43,0%	278	57,0%	488	100%

Tabla 52. Uso del Teléfono de información como medio de información según género

Conoce la oficina

CONOCE SERVICIO ATENCIÓN EN OFICINA DEL CONSORCIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	209	43,0%	273	56,2%	482	99,2%
SI	1	0,2%	1	0,2%	2	0,4%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	0	0,0%	2	0,4%	2	0,4%
Total general	210	43,2%	276	56,8%	486	100%

Tabla 53. Uso de la oficina de atención como medio de información según género

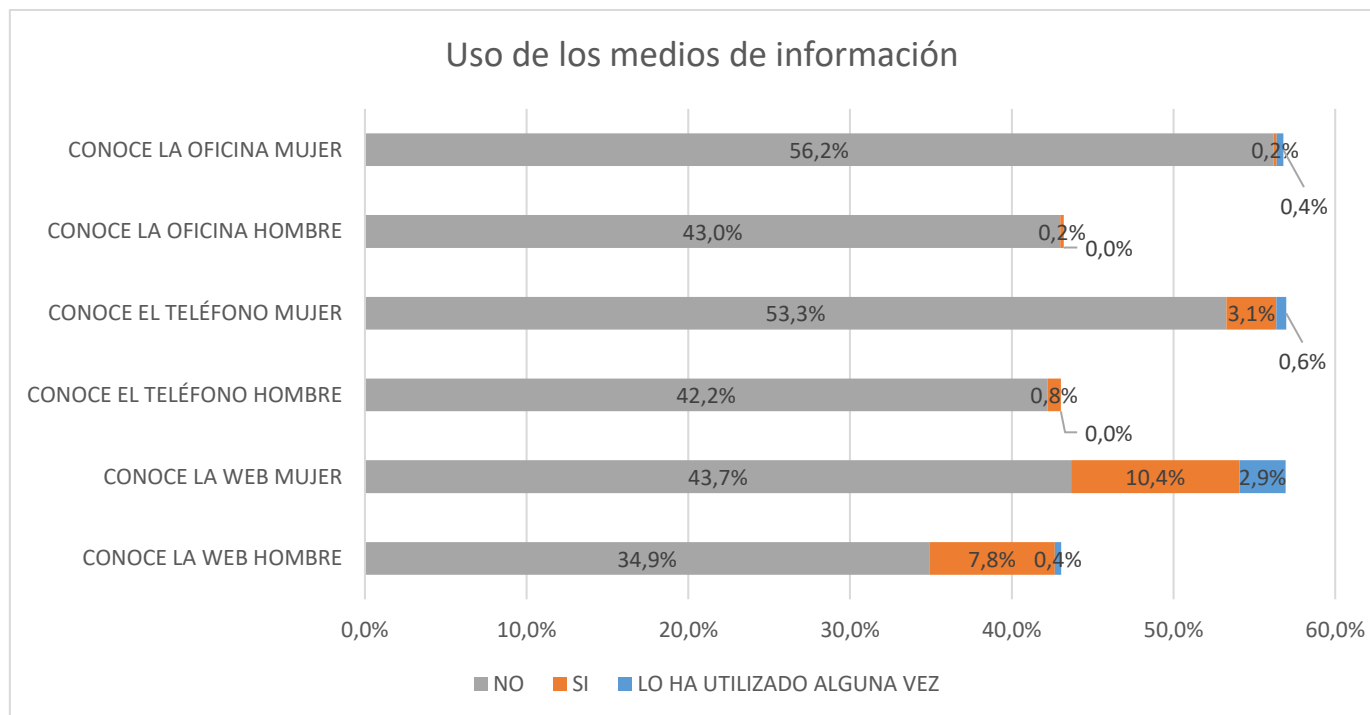


Ilustración 25. Uso de los medios de información según género

4. RESULTADOS SENCILLOS BUS

4.1. LUGAR DONDE SE REALIZA LA ENCUESTA

LUGAR REALIZACIÓN ENCUESTA	Total	%	% acumulado
Rector Marín Ocete	284	21,6%	21,6%
Paseo del Violón	252	19,2%	40,9%
Tierno Galván	222	16,9%	57,8%
Paseo de los Basilio	174	13,3%	71,0%
Capitán Moreno	119	9,1%	80,1%
Estación de Autobuses	107	8,2%	88,3%
Profesor Emilio Orozco	83	6,3%	94,6%
Estación AVE	71	5,4%	100,0%
Total general	1312	100%	

Tabla 54. Lugar de realización de la encuesta

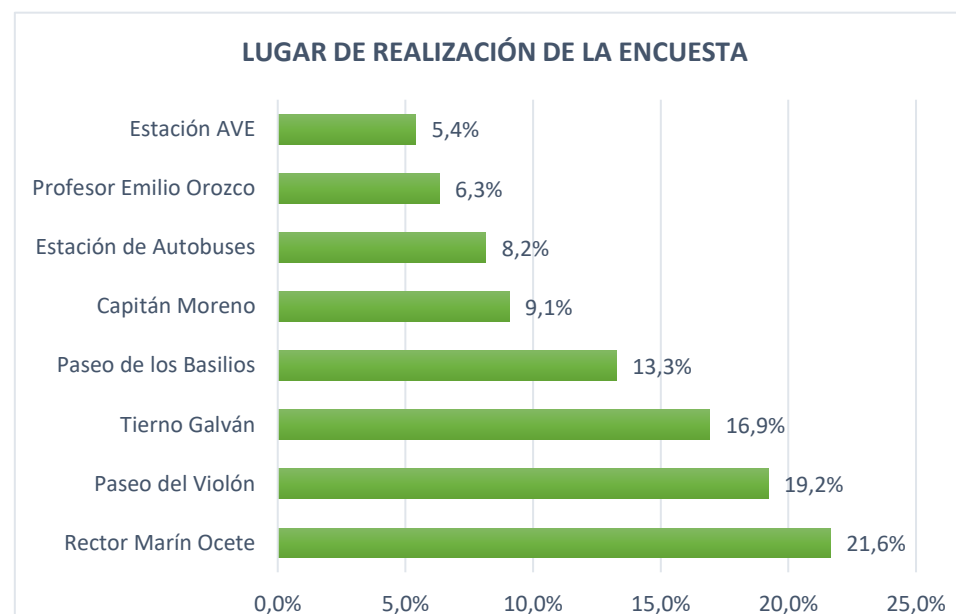


Ilustración 26. Lugar de realización de la encuesta

4.2. OPERADOR Y GRUPO DE LÍNEAS

OPERADOR / GRUPO DE LÍNEA	Total	%
ALSA GRANADA AIRPORT, SL	51	5,4%
245	28	2,5%
345	23	2,9%
AUTEDIA / MIBUS	22	1,7%
215	22	1,7%
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	29	1,2%
117	29	1,2%
AUTOCARES RONA, S.L.	29	3,4%
323	29	3,4%
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	39	1,5%
105	39	1,5%
BUS METROPOLITANO DE GRANADA (BMG)	340	21,5%
140	45	2,3%
160	35	2,0%
170	94	5,8%
174	37	2,4%
175	91	5,8%
225	38	3,1%
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	38	1,4%
100	38	1,4%
EMPRESA LIÑAN, S.A.	142	11,6%
180	113	7,4%
390	29	4,1%
HEREDEROS DE GÓMEZ / ALSA	32	4,6%
395	32	4,6%
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	276	28,3%
150	50	2,7%
240	45	3,9%
256	30	2,8%
318	34	4,0%
325	32	3,8%
340	24	3,0%
360	61	8,0%
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE GRANADA (TMG)	253	12,3%
110	47	1,9%
113	31	1,3%
122	72	3,2%
156	103	5,9%
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	30	3,3%
300	30	3,3%
UREÑA E HIJOS S.L.	31	3,8%
335	31	3,8%
Total general	1.312	100,0%

Tabla 55. Operador y grupo de líneas

4.3. DISTRIBUCIÓN DE ENCUESTAS POR HORAS

HORA	Encuestas	%	% acumulado
8	4	0,3%	0,3%
9	64	4,9%	5,2%
10	96	7,3%	12,5%
11	178	13,6%	26,1%
12	147	11,2%	37,3%
13	155	11,8%	49,1%
14	151	11,5%	60,6%
15	85	6,5%	67,1%
16	131	10,0%	77,1%
17	126	9,6%	86,7%
18	113	8,6%	95,3%
19	34	2,6%	97,9%
20	25	1,9%	99,8%
21	3	0,2%	100%
Total general	1.312	100%	

Tabla 56. Distribución de encuestas por horas

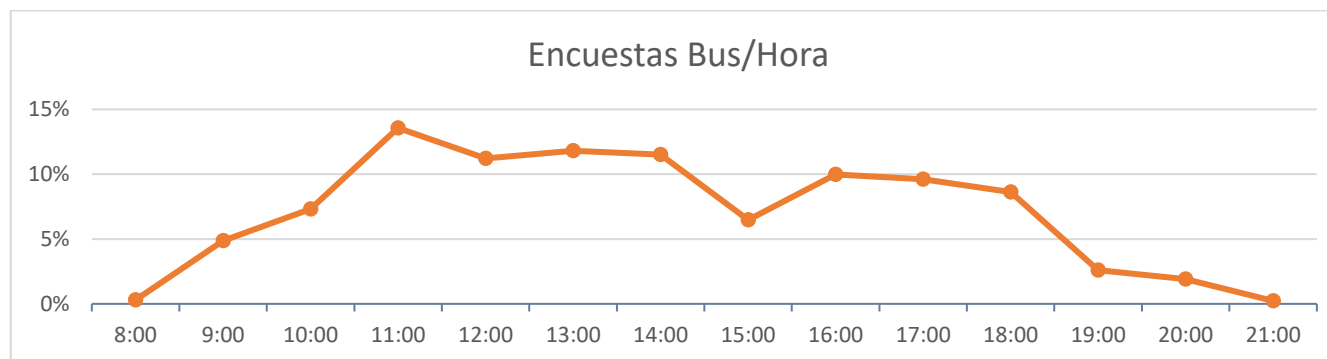


Ilustración 27. Distribución de encuestas por horas

4.4. ORIGEN DEL VIAJE

ORIGEN	Total	%	% acumulado
Granada	778	59,3%	59,3%
Granada Centro	100	7,6%	66,9%
(en blanco)	30	2,3%	69,2%
Padul	28	2,1%	71,3%
Zaidín	24	1,8%	73,2%
Otura	21	1,6%	74,8%
Santa Fe	19	1,4%	76,2%
Alhendin	18	1,4%	77,6%
Peligros	17	1,3%	78,9%
La Zubia	16	1,2%	80,1%
Durcal	15	1,1%	81,3%
Colomera	14	1,1%	82,3%
Olivares	13	1,0%	83,3%
Atarfe	11	0,8%	84,1%
Armilla	11	0,8%	85,0%
Huétor Vega	9	0,7%	85,7%
Pulianas	8	0,6%	86,3%
Churriana de la Vega	8	0,6%	86,9%
Aeropuerto	8	0,6%	87,5%
Illora	7	0,5%	88,0%
Moclin	6	0,5%	88,5%
Deifontes	6	0,5%	88,9%
Chauchina	6	0,5%	89,4%
Chimeneas	6	0,5%	89,9%
Quéntar	6	0,5%	90,3%
Lachar	6	0,5%	90,8%
Malaha	6	0,5%	91,2%

ORIGEN	Total	%	% acumulado
Monteluz	5	0,4%	91,6%
Tiena	4	0,3%	91,9%
Monachil	4	0,3%	92,2%
Lanjarón	4	0,3%	92,5%
Ogijares	4	0,3%	92,8%
Las Gabias	4	0,3%	93,1%
Maracena	4	0,3%	93,4%
Cúllar Vega	3	0,2%	93,7%
Ceuta	3	0,2%	93,9%
Purchil	3	0,2%	94,1%
Güejar Sierra	3	0,2%	94,4%
Cúllar	3	0,2%	94,6%
Campotejar	3	0,2%	94,8%
Suspiro del moro	3	0,2%	95,0%
Pts	2	0,2%	95,2%
Patrenca	2	0,2%	95,4%
Hijar	2	0,2%	95,5%
Cartuja	2	0,2%	95,7%
Pinos Puente	2	0,2%	95,8%
Dilar	2	0,2%	96,0%
Madrid	2	0,2%	96,1%
Jaén	2	0,2%	96,3%
Gojar	2	0,2%	96,4%
Cacín	2	0,2%	96,6%
Alfacar	2	0,2%	96,7%
Casanueva	2	0,2%	96,9%
Piñar	2	0,2%	97,0%
Benalua	2	0,2%	97,2%
Albaicín	2	0,2%	97,3%
Cajar	2	0,2%	97,5%

ORIGEN	Total	%	% acumulado
Bola de oro	2	0,2%	97,6%
Vegas del genil	2	0,2%	97,8%
Francia	2	0,2%	97,9%
Mayorca	2	0,2%	98,1%
Tozar	2	0,2%	98,2%
Melilla	2	0,2%	98,4%
Escuzar	2	0,2%	98,6%
Huétor Santillán	2	0,2%	98,7%
Huejar	2	0,2%	98,9%
Balderrubio	1	0,1%	98,9%
Bellavista	1	0,1%	99,0%
El ventorrillo	1	0,1%	99,1%
Menorca	1	0,1%	99,2%
Cenes	1	0,1%	99,2%
La joya	1	0,1%	99,3%
Sierra Elvira	1	0,1%	99,4%
Guadix	1	0,1%	99,5%
Barrio del hospital real	1	0,1%	99,5%
Albolote	1	0,1%	99,6%
Alomarte (Illora)	1	0,1%	99,7%
Nigüelas	1	0,1%	99,8%
Agron	1	0,1%	99,8%
San Antón	1	0,1%	99,9%
Huelma	1	0,1%	100,0%
Total general	1.312	100%	

Tabla 57. Origen del viaje

4.5. DESTINO DEL VIAJE

DESTINO	Total	%	% acumulado
Granada	259	19,7%	19,74%
La Zubia	109	8,3%	28,05%
(en blanco)	68	5,2%	33,23%
Las Gabias	47	3,6%	36,81%
Ogíjares	37	2,8%	39,63%
Santa Fe	34	2,6%	42,23%
Pinos Puente	34	2,6%	44,82%
Churriana de la Vega	33	2,5%	47,33%
Atarfe	33	2,5%	49,85%
Albolote	32	2,4%	52,29%
Alfacar	32	2,4%	54,73%
Huétor Vega	32	2,4%	57,16%
Quéntar	26	2,0%	59,15%
Güejar sierra	21	1,6%	60,75%
Gójar	20	1,5%	62,27%
Loma Linda	20	1,5%	63,80%
Illora	18	1,4%	65,17%
Fuente vaqueros	17	1,3%	66,46%
Armillá	16	1,2%	67,68%
Peligros	16	1,2%	68,90%
Monachil	16	1,2%	70,12%
Pantano de Cubillas	16	1,2%	71,34%
Valderrubio	15	1,1%	72,48%
Cajar	14	1,1%	73,55%
Huétor Santillán	13	1,0%	74,54%
Deifontes	12	0,9%	75,46%
Pinos genil	12	0,9%	76,37%
Dílar	12	0,9%	77,29%

Maracena	12	0,9%	78,20%
Calicasas	11	0,8%	79,04%
Iznalloz	10	0,8%	79,80%
Chauchina	10	0,8%	80,56%
Barrio de monachil	10	0,8%	81,33%
Hijar	10	0,8%	82,09%
El Chaparral	9	0,7%	82,77%
Ventas de Huelma	9	0,7%	83,46%
Cullar	9	0,7%	84,15%
Pulianas	9	0,7%	84,83%
Beas de Granada	9	0,7%	85,52%
Colomera	9	0,7%	86,20%
Granada Centro	9	0,7%	86,89%
Cijuela	8	0,6%	87,50%
Escuzar	8	0,6%	88,11%
Vegas del genil	8	0,6%	88,72%
Aeropuerto	8	0,6%	89,33%
El Fargue	8	0,6%	89,94%
Chimeneas	8	0,6%	90,55%
Cogollos de la Vega	8	0,6%	91,16%
Juncaril	7	0,5%	91,69%
Escoznar	7	0,5%	92,23%
Padul	7	0,5%	92,76%
Purchil	6	0,5%	93,22%
Bellavista	6	0,5%	93,67%
Peñuelas	6	0,5%	94,13%
Alhendin	5	0,4%	94,51%
El ventorrillo	5	0,4%	94,89%
Lachar	5	0,4%	95,27%
Jun	5	0,4%	95,66%
El Jau	4	0,3%	95,96%

Zujaira	4	0,3%	96,27%
Cortijo del Aire	4	0,3%	96,57%
Hurpe	3	0,2%	96,80%
La Malahá	3	0,2%	97,03%
Belicena	3	0,2%	97,26%
Tocón	2	0,2%	97,41%
El Turro	2	0,2%	97,56%
Otura	2	0,2%	97,71%
Güevéjar	2	0,2%	97,87%
Castillo de Tajara	2	0,2%	98,02%
Polígono de juncaril	2	0,2%	98,17%
Monteluz	2	0,2%	98,32%
Cenes	2	0,2%	98,48%
Benalua de las villas	2	0,2%	98,63%
Alomartes	2	0,2%	98,78%
Los revites	2	0,2%	98,93%
Nivar	2	0,2%	99,09%
Camino de Gójar	1	0,1%	99,16%
Albaicín	1	0,1%	99,24%
Gabia Grande	1	0,1%	99,31%
Barcelona	1	0,1%	99,39%
Pedro verde	1	0,1%	99,47%
Caserío de Fonseca	1	0,1%	99,54%
Aynadamar	1	0,1%	99,62%
Palma	1	0,1%	99,70%
Obeilar	1	0,1%	99,77%
Romilla la Nueva	1	0,1%	99,85%
Argón	1	0,1%	99,92%
Méndez Núñez	1	0,1%	100,00%
Total general	1.312	100%	

Tabla 58. Destino del viaje

4.6. MODOS COMPLEMENTARIOS DE ACCESO

MODO DE ACCESO AL TRANSPORTE PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Andando	970	74,0%	74,0%
Autobús urbano	221	16,9%	90,8%
Metro	45	3,4%	94,3%
Vehículo privado acompañante	33	2,5%	96,8%
Autobús interurbano	25	1,9%	98,7%
Taxi	13	1,0%	99,7%
Vehículo privado conductor	4	0,3%	100,0%
Total general	1.311	100%	

Tabla 59. Modos complementarios de acceso

4.7. MODOS COMPLEMENTARIOS DE SALIDA

MODO DE SALIDA DEL TRANSPORTE PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Andando	1167	88,9%	88,9%
Autobús urbano	66	5,0%	94,0%
Metro	41	3,1%	97,1%
Taxi	16	1,2%	98,3%
Vehículo privado acompañante	13	1,0%	99,3%
Autobús interurbano	6	0,5%	99,8%
Vehículo privado conductor	3	0,2%	100,0%
Total general	1.312	100%	

Tabla 60. Modos complementarios de salida

4.8. POSIBILIDAD DE REALIZAR EL VIAJE EN VEHÍCULO PRIVADO

POSIBILIDAD DE UTILIZAR EL VEHÍCULO PRIVADO	Total	%
No	796	61%
Sí	512	39%
Total general	1.308	100%

Tabla 61. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado

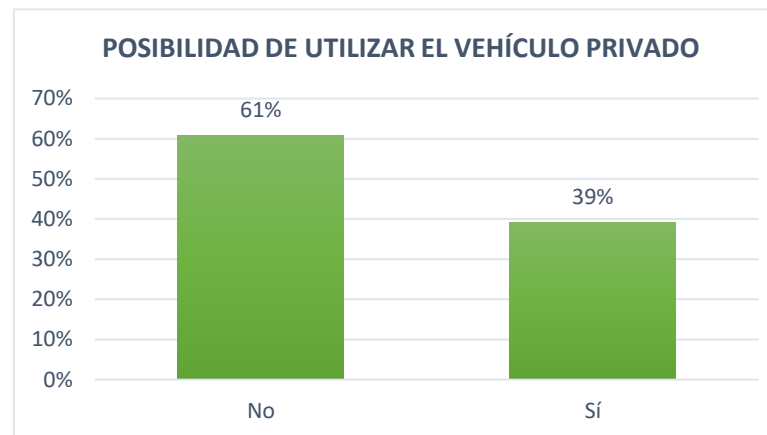


Ilustración 28. Posibilidad de realizar el viaje en vehículo privado

4.9. RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (USUARIOS QUE DISPONEN DE VEHÍCULO PRIVADO)

RAZON USO TRANSPORTE PUBLICO (OPCIONES DE 1ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Falta de aparcamiento	145	28,5%	28,5%
No dispongo de carnet de conducir	100	19,7%	48,2%
Comodidad	95	18,7%	66,9%
El vehículo lo usa otra persona	50	9,8%	76,8%
Precio	49	9,6%	86,4%
El vehículo está en el taller	28	5,5%	91,9%
Congestión del tráfico	24	4,7%	96,7%
Razones ecológicas	12	2,4%	99,0%
Otra razón	5	1,0%	100,0%
Total general	508	100%	

Tabla 63. Razón de uso del Tte. Público (1ª respuesta)

RAZON USO TRANSPORTE PUBLICO (OPCIONES DE 2ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Comodidad	102	37,1%	37,1%
Falta de aparcamiento	78	28,4%	65,4%
El vehículo lo usa otra persona	30	10,9%	76,4%
Congestión del tráfico	21	7,7%	84,0%
Precio	20	7,3%	91,3%
Frecuencia	9	3,3%	94,5%
No dispongo de carnet de conducir	7	2,5%	97,1%
Razones ecológicas	5	1,8%	98,9%
Otra razón	2	0,8%	99,6%
El vehículo está en el taller	1	0,4%	100,0%
Total general	275	100%	

Tabla 62. Razón de uso del Tte. Público (2ª respuesta)

RAZON USO TRANSPORTE PUBLICO (OPCIONES DE 3ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Comodidad	24	31,2%	31,2%
Congestión del tráfico	13	16,9%	48,0%
Falta de aparcamiento	13	16,9%	64,9%
Otra razón	12	15,6%	80,5%
Precio	8	10,4%	90,9%
No dispongo de carnet de conducir	3	3,9%	94,8%
El vehículo lo usa otra persona	2	2,6%	97,4%
Frecuencia	2	2,6%	100,0%
Total general	77	100%	

Tabla 64. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado

4.10. RAZONES DE USO DEL TRANSPORTE PÚBLICO (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

RAZONES DE UTILIZAR EL TRANSPORTE PÚBLICO FRENTE AL VEHÍCULO PRIVADO	%	% acumulado
Falta de aparcamiento	28,1%	28,1%
Comodidad	23,8%	51,9%
No dispongo de carnet de conducir	14,7%	66,7%
El vehículo lo usa otra persona	9,9%	76,5%
Precio	9,1%	85,6%
Congestión del tráfico	5,9%	91,5%
El vehículo está en el taller	4,0%	95,5%
Razones ecológicas	2,1%	97,6%
Otra razón	1,4%	99,1%
Frecuencia	0,9%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 65. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados)

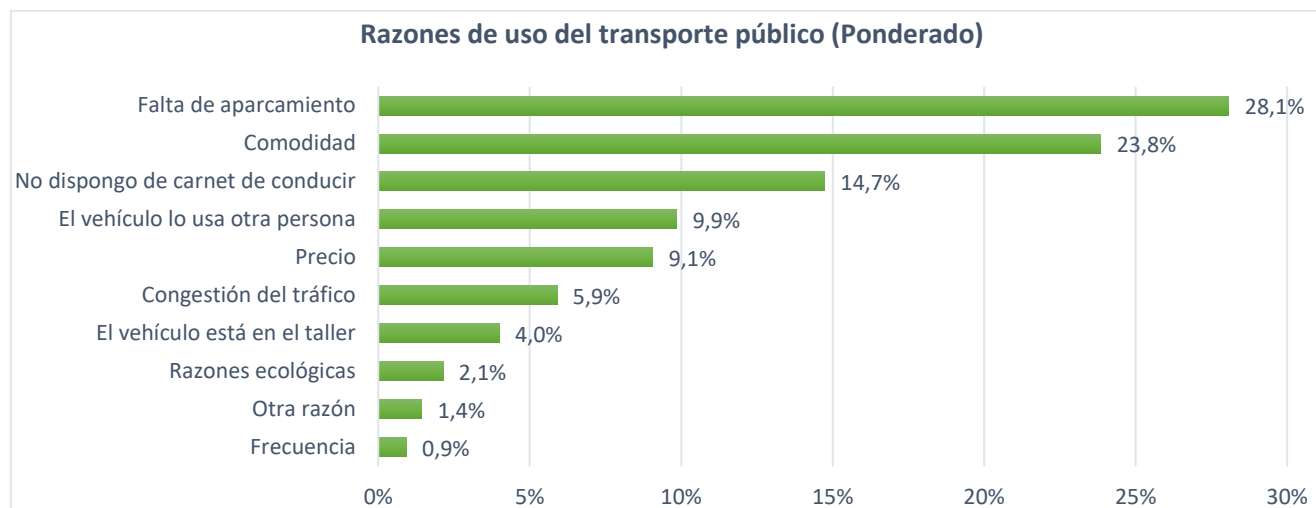


Ilustración 29. Razones de utilizar el transporte público frente al vehículo privado (resultados ponderados)

4.11. MOTIVOS DEL VIAJE

MOTIVO VIAJE (OPCIONES DE 1ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Trabajo	446	34,1%	34,1%
Estudios	375	28,7%	62,8%
Médico	137	10,5%	73,3%
Asunto personal	125	9,6%	82,9%
Ocio	70	5,4%	88,2%
Compras	65	5,0%	93,2%
Gestiones	58	4,4%	97,6%
Acompañante	25	1,9%	99,5%
Otros	6	0,5%	100,0%
Total general	1.307	100%	

Tabla 66. Motivo del viaje (1ª respuesta)

MOTIVO VIAJE (OPCIONES DE 2ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Ocio	62	23,6%	23,6%
Asunto personal	62	23,6%	47,1%
Compras	43	16,3%	63,5%
Gestiones	33	12,5%	76,0%
Trabajo	20	7,6%	83,7%
Médico	20	7,6%	91,3%
Acompañante	15	5,7%	97,0%
Estudios	6	2,3%	99,2%
Otros	2	0,8%	100,0%
Total general	263	100%	

Tabla 67. Motivo del viaje (2ª respuesta)

MOTIVO VIAJE (OPCIONES DE 3ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Otros	33	30,6%	30,6%
Compras	24	22,2%	52,8%
Ocio	18	16,7%	69,4%
Asunto personal	14	13,0%	82,4%
Gestiones	9	8,3%	90,7%
Estudios	4	3,7%	94,4%
Médico	3	2,8%	97,2%
Acompañante	2	1,9%	99,1%
Trabajo	1	0,9%	100,0%
Total general	108	100%	

Tabla 68. Motivo del viaje (3ª respuesta)

4.12. MOTIVOS DEL VIAJE (RESULTADOS PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

MOTIVO DE VIAJE RESPUESTA PONDERADA	%	% acumulado
Trabajo	30,3%	30,3%
Estudios	25,0%	55,3%
Asunto personal	11,3%	66,6%
Médico	10,0%	76,6%
Ocio	7,7%	84,3%
Compras	6,7%	91,0%
Gestiones	5,5%	96,4%
Acompañante	2,3%	98,8%
Otros	1,2%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 69. Motivos de viaje (ponderado por orden de respuesta)

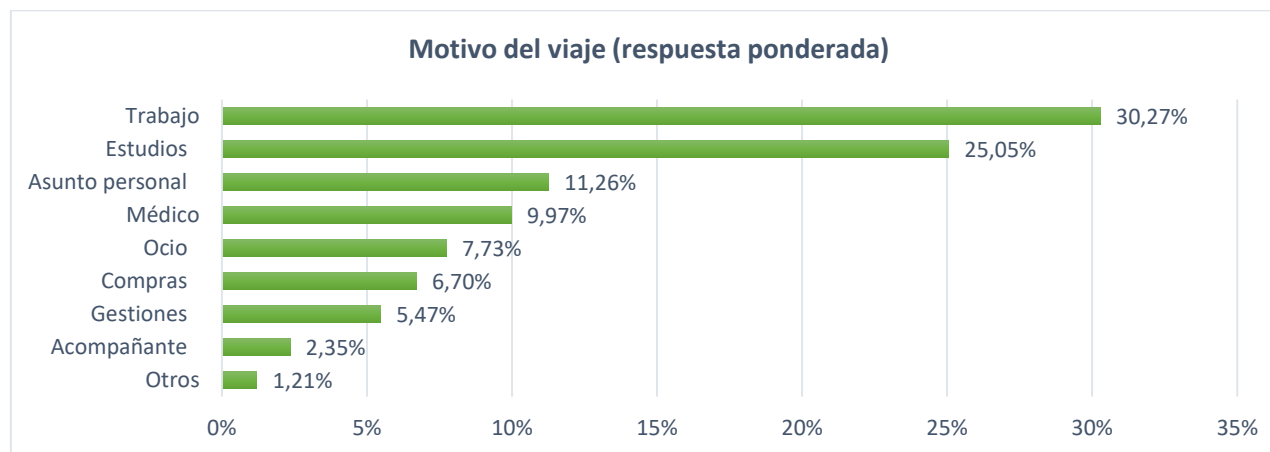


Ilustración 30. Motivo del viaje (ponderado por orden de respuesta)

4.13. FRECUENCIA DEL VIAJE

FRECUENCIA DEL VIAJE	Total	%	% acumulado
Casi a diario (4 o más días a la semana)	665	50,8%	50,8%
Frecuentemente (de 1 a 3 días a la semana)	315	24,1%	74,9%
Esporádicamente (menos de 1 vez al mes)	181	13,8%	88,7%
Ocasionalmente (de 1 a 3 días al mes)	148	11,3%	100,0%
Total general	1.309	100%	

Tabla 70. Frecuencia del viaje

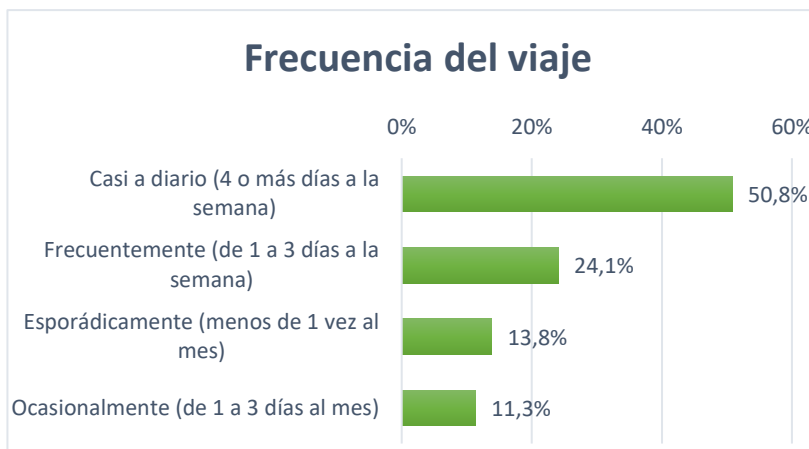


Ilustración 31. Frecuencia del viaje

4.14. TIPO DE VIAJE

TIPO DE VIAJE	Total	%	% acumulado
Ida y vuelta	1.168	89,1%	89,1%
Sólo desde esta parada	142	10,8%	99,9%
Sólo hacia esta parada	1	0,1%	100,0%
Total general	1.311	100%	

Tabla 71. Tipo de viaje



Ilustración 32. Tipo de viaje

4.15. TIPO DE BILLETE

TIPO DE BILLETE	Total	%	% acumulado
Tarjeta del Consorcio	1.070	82,1%	82,1%
Billete sencillo del Consorcio	136	10,4%	92,6%
Tarjeta para Mayores de 65 años de la Junta de Andalucía	86	6,6%	99,2%
Billete de ida y vuelta (no es del Consorcio - sólo disponible para algunos operadores)	6	0,5%	99,6%
Billete sencillo externo (no es del Consorcio)	2	0,2%	99,8%
Familia numerosa	2	0,2%	99,9%
Minusvalía	1	0,1%	100,0%
Total general	1.303	100%	

Tabla 72. Tipo de billete

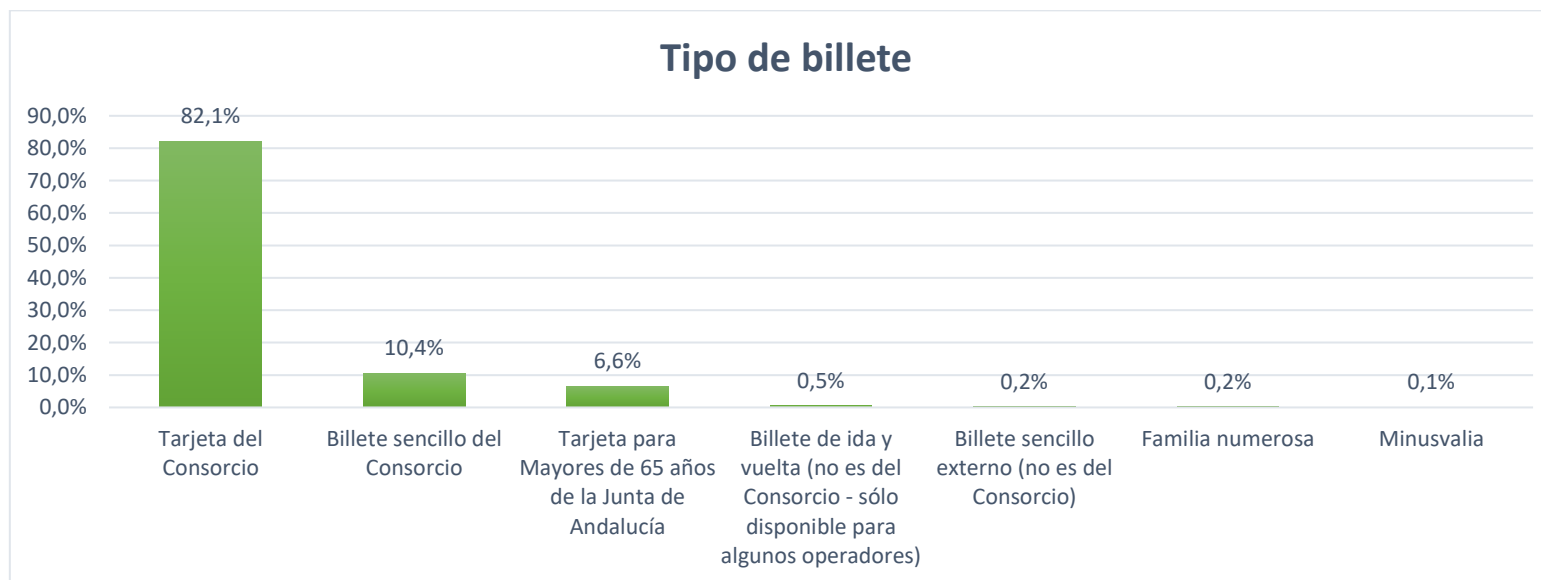


Ilustración 33. Tipo de billete

4.16. VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO

VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Muy bueno	38	3,0%	3,0%
Bueno	919	72,5%	75,5%
Normal	203	16,0%	91,6%
Malo	73	5,8%	97,3%
Muy malo	30	2,4%	99,7%
NS/NC	4	0,3%	100,0%
Total general	1.267	100%	

Tabla 73. Valoración general del servicio de transporte público

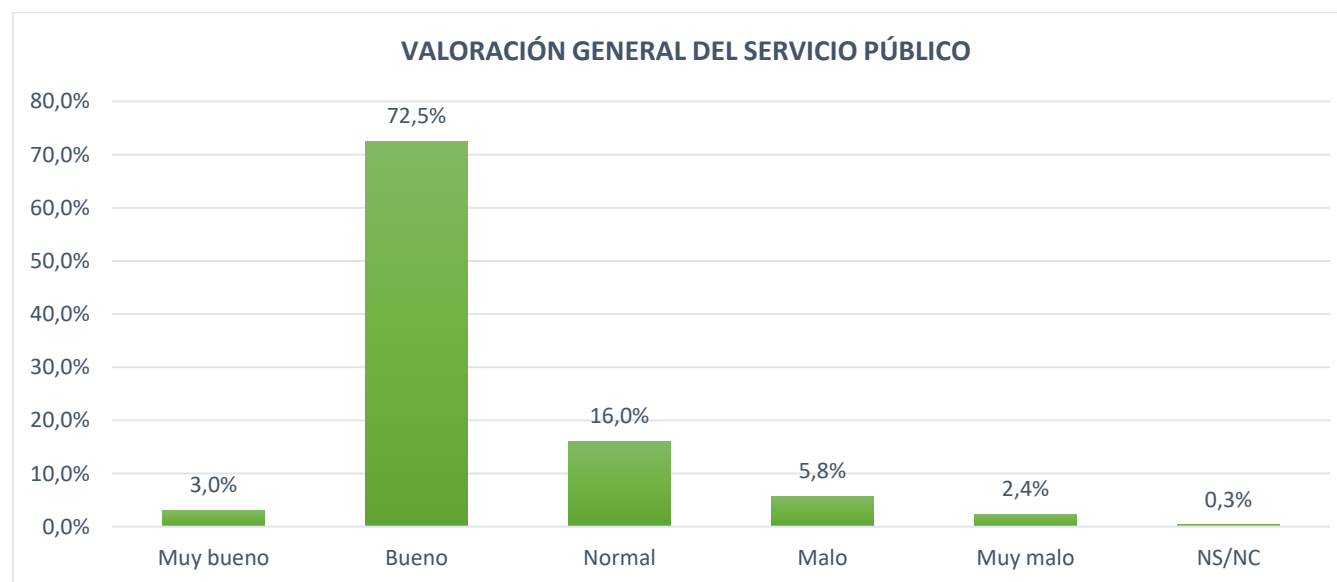


Ilustración 34. Valoración general del servicio de transporte público

4.17. VALORACIÓN DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO

VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO	Total	%	% acumulado
Muy satisfecho	55	4,3%	4,3%
Bastante satisfecho	26	2,0%	6,4%
Satisfecho	964	76,0%	82,3%
Poco satisfecho	146	11,5%	93,9%
Nada satisfecho	27	2,1%	96,0%
NS/NC	51	4,0%	100,0%
Total general	1.269	100%	

Tabla 74. Valoración de la gestión del servicio público

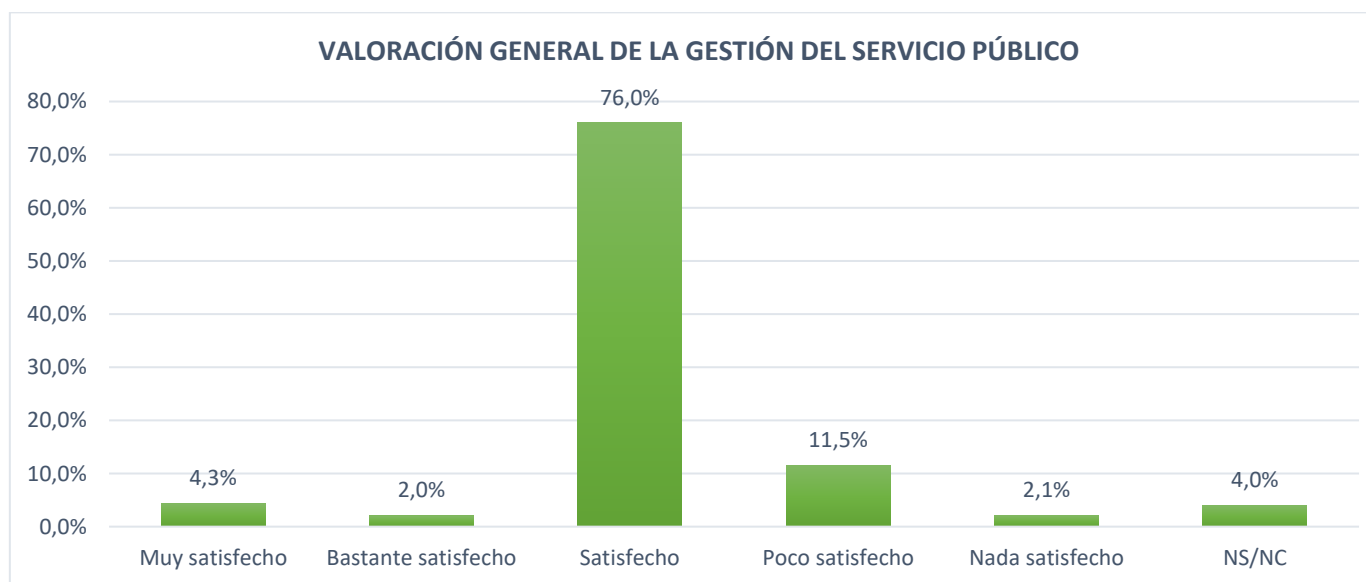


Ilustración 35. Valoración de la gestión del servicio público

4.18. CALIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS DEL SERVICIO – ESTADÍSTICOS

CALIFICACIÓN DE LOS ASPECTOS	validos	NS/NC	media	desv típica	min	maz
Información	1.303	9	7,07	2,14	0	10
Puntualidad	1.310	2	7,39	1,95	0	10
Seguridad conducción	1.307	5	8,06	1,58	0	10
Amabilidad	1.308	4	8,13	1,59	0	10
Limpieza	1.298	14	7,81	1,72	0	10
Espacio	1.298	14	7,68	1,76	0	10
Temperatura	1.295	17	7,78	1,61	0	10
Facilidad acceso	1.302	10	7,86	1,67	0	10
Tarifas	1.304	8	6,83	2,04	0	10
Rapidez	1.295	17	7,37	1,93	0	10
frecuencias	1.303	9	6,54	2,21	0	10
proximidad	1.308	4	7,64	1,64	0	10
horarios	1.307	5	6,75	2,13	0	10
			7,45	1,84	0,00	10,00

Tabla 75. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos

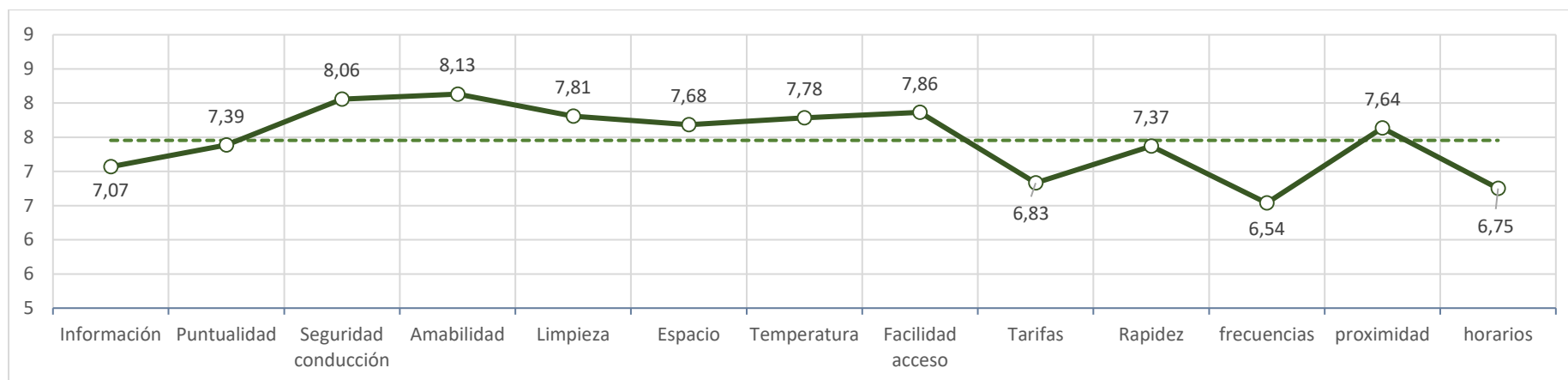


Ilustración 36. Calificación de los aspectos del servicio – estadísticos

4.19. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS

ASPECTOS MÁS IMPORTANTES (1ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Puntualidad	470	36,0%	36,0%
Frecuencia o número de servicios diarios	227	17,4%	53,4%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	120	9,2%	62,6%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	112	8,6%	71,1%
Información	105	8,0%	79,2%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	91	7,0%	86,1%
Rapidez	64	4,9%	91,0%
Trato de los conductores (amabilidad)	59	4,5%	95,6%
Limpieza en el interior de los autobuses	20	1,5%	97,1%
Espacio en el interior de los autobuses	13	1,0%	98,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	12	0,9%	99,0%
Facilidad de acceso y salida del autobús	10	0,8%	99,8%
Temperatura en el interior (frío/calor)	3	0,2%	100,0%
Total general	1.306	100%	

Tabla 76. Aspectos en primer orden de importancia para los usuarios

ASPECTOS MÁS IMPORTANTES (2ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Frecuencia o número de servicios diarios	284	26,4%	26,4%
Puntualidad	162	15,1%	41,5%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	126	11,7%	53,3%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	107	10,0%	63,2%
Rapidez	105	9,8%	73,0%
Información	54	5,0%	78,0%
Limpieza en el interior de los autobuses	48	4,5%	82,5%
Trato de los conductores (amabilidad)	46	4,3%	86,8%
Espacio en el interior de los autobuses	43	4,0%	90,8%
Facilidad de acceso y salida del autobús	28	2,6%	93,4%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	27	2,5%	95,9%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	23	2,1%	98,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	21	2,0%	100,0%
Total general	1.074	100%	

Tabla 77. Aspectos en segundo orden de importancia para los usuarios

ASPECTOS MÁS IMPORTANTES (3ª RESPUESTA)	Total	%	% acumulado
Frecuencia o número de servicios diarios	233	26,3%	26,3%
Puntualidad	134	15,1%	41,5%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	108	12,2%	53,7%
Rapidez	97	11,0%	64,6%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	83	9,4%	74,0%
Trato de los conductores (amabilidad)	40	4,5%	78,5%
Espacio en el interior de los autobuses	38	4,3%	82,8%
Limpieza en el interior de los autobuses	37	4,2%	87,0%
Información	36	4,1%	91,1%
Facilidad de acceso y salida del autobús	25	2,8%	93,9%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	21	2,4%	96,3%
Temperatura en el interior (frío/calor)	19	2,1%	98,4%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	14	1,6%	100,0%
Total general	885	100%	

Tabla 78. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios

4.20. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

ASPECTOS MÁS IMPORTANTES (PONDERADO POR ORDEN DE RESPUESTA)	%	% acumulado
Puntualidad	26,9%	26,9%
Frecuencia o número de servicios diarios	21,3%	48,2%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	10,4%	58,6%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,1%	67,7%
Rapidez	7,2%	74,8%
Información	6,6%	81,4%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	5,0%	86,4%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,4%	90,9%
Limpieza en el interior de los autobuses	2,8%	93,7%
Espacio en el interior de los autobuses	2,3%	96,0%
Facilidad de acceso y salida del autobús	1,6%	97,6%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	1,4%	99,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	1,0%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 79. Aspectos más importantes para los usuarios (ponderados)

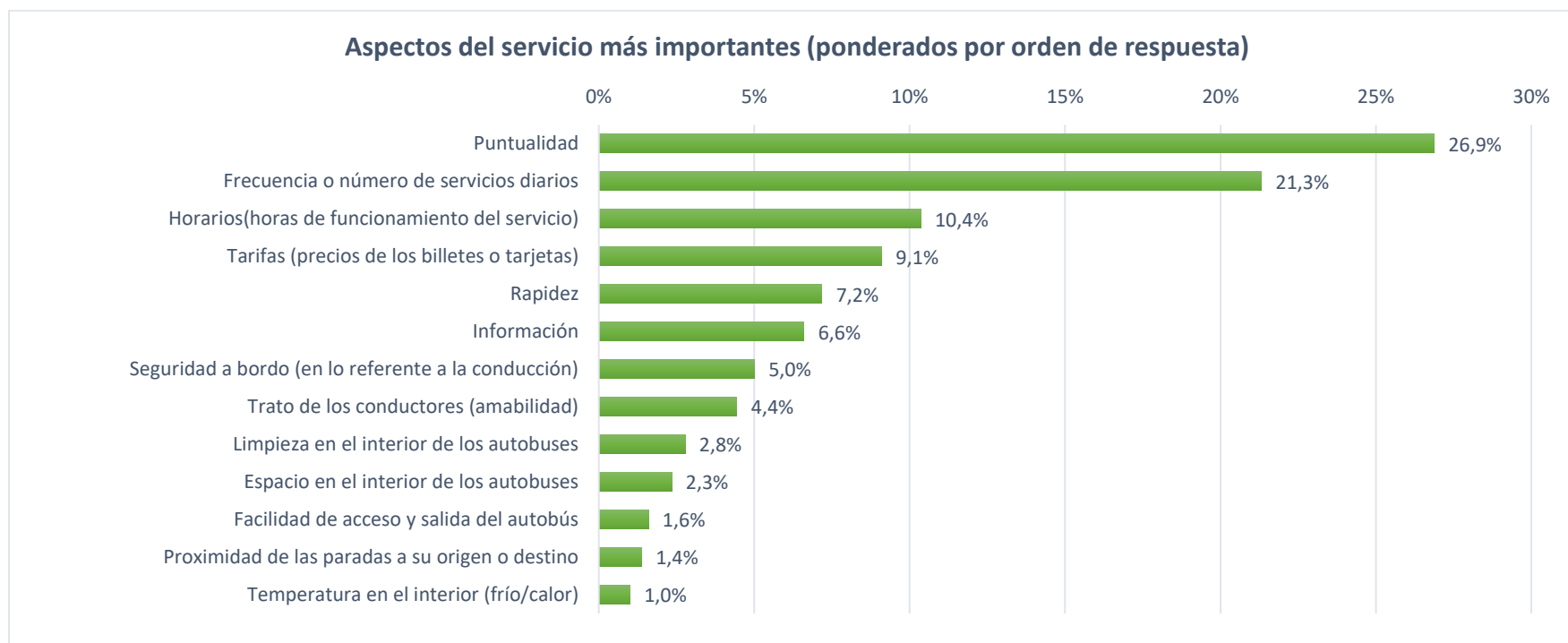


Ilustración 37. Aspectos en tercer orden de importancia para los usuarios

4.21. ¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS URBANAS	Total
No	1191
Sí	73
NS/NC	2
Total general	1266

Tabla 80. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

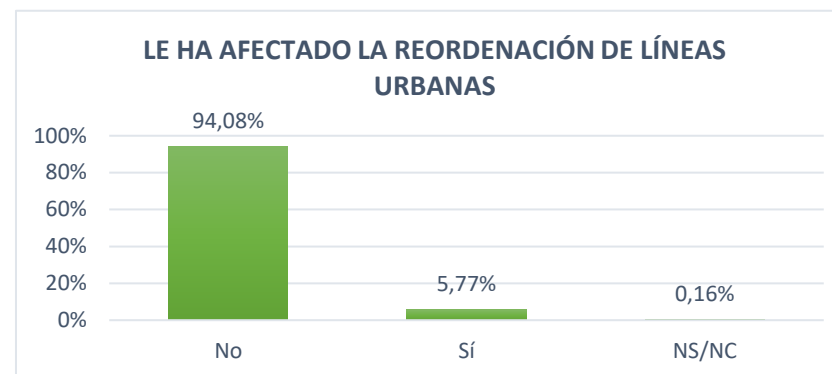


Ilustración 38. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

4.22. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS URBANAS	Total	%
Más movilidad	14	23,73%
Más rápido	7	11,86%
Menor frecuencia	7	11,86%
Para bien, más frecuencia	3	5,08%
Movilidad más flexible	3	5,08%
Los horarios me desfavorecen	3	5,08%
Supresión de la línea que antes usaba	3	5,08%
Menos trayectos	3	5,08%
Movilidad más asequible	2	3,39%
Cambio de línea	2	3,39%
Confusión	2	3,39%
Movilidad más rápida	2	3,39%
Cambio de horario, para mal	2	3,39%
No son compatible con los turnos de la universidad	2	3,39%
No hay claridad en los horarios	1	1,69%
Más lento	1	1,69%
Mucho mejor	1	1,69%
Peor localización de las paradas	1	1,69%
Total general	59	100,00%

Tabla 81. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos

4.23. LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA

LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO	Total	%
No	968	74,9%
Sí	319	24,7%
NS/NC	4	0,3%
Total general	1.291	100%

Tabla 82. Le ha afectado la puesta en marcha del metro

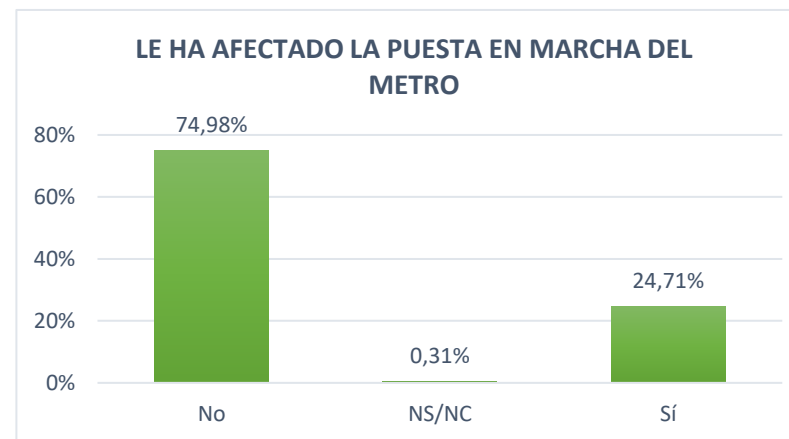


Ilustración 39. Le ha afectado la puesta en marcha del metro

4.24. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?

EN QUÉ LE HA AFECTADO	Total	% acumulado
Más movilidad	38	45,2%
Movilidad más flexible por la ciudad	18	21,4%
Desplazamiento más rápido	5	6,0%
Mejor acceso a la ciudad	5	6,0%
Más rapidez a la hora de desplazarse	4	4,8%
Medio de transporte más rápido	3	3,6%
Me vino muy bien	2	2,4%
Para bien	2	2,4%
Comodidad	2	2,4%
Que ahora lo uso	1	1,2%
Para el tráfico y lo relentiza	1	1,2%
Gasto innecesario	1	1,2%
Mejora de tiempo para llegar al trabajo	1	1,2%
Mayor facilidad de transporte	1	1,2%
Total general	84	100%

Tabla 83. En qué la puesta en marcha del metro

4.25. GRADO EN QUE LE HA AFECTADO DICHA PUESTA EN MARCHA

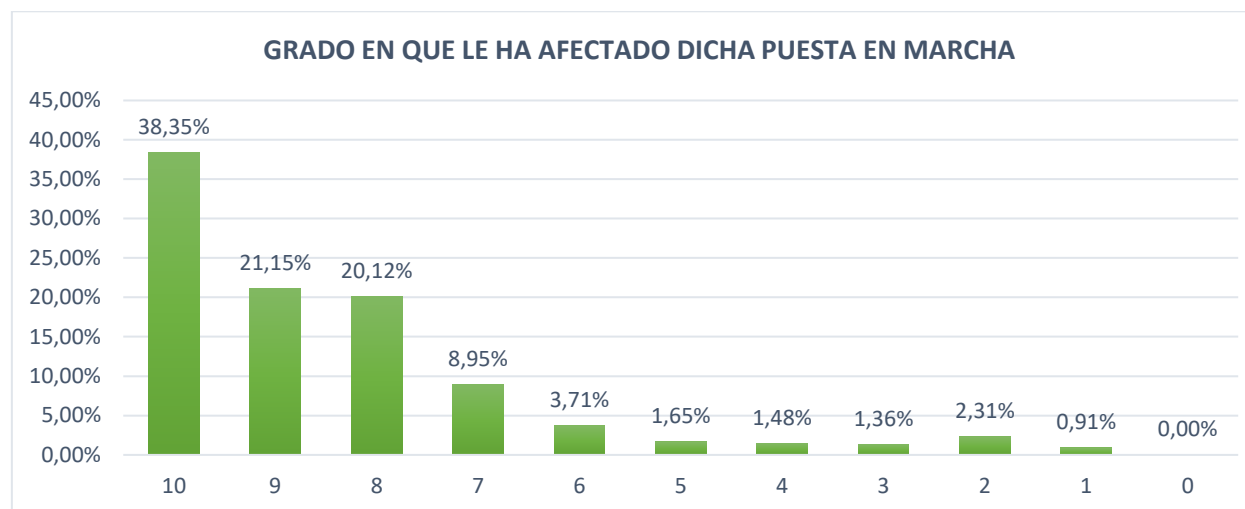


Tabla 84. En qué grado le ha afectado la puesta en marcha del metro

4.26. MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO

4.26.1. ¿Cómo se informa del servicio?

COMO SE INFORMA DEL SERVICIO	Total	%
Internet	712	54,5%
App dispositivos móviles	127	9,7%
Conductor	124	9,5%
Redes sociales	121	9,3%
Información que hay en las paradas	113	8,6%
Noticias y anuncios del autobús	56	4,3%
Boca a boca	12	0,9%
Conocido	11	0,8%
Prensa	4	0,3%
Conocido	4	0,3%
Radio / TV	4	0,3%
Conocidos	3	0,2%
Pregunta a amigas	2	0,2%
Amigas	2	0,2%
De gente en gente	2	0,2%
Su hermana	2	0,2%
información dentro del autobús	2	0,2%
Mi hija	2	0,2%
Su mujer	1	0,1%
NS/NC	1	0,1%
Número de teléfono	1	0,1%
Mi padre	1	0,1%
Total general	1.307	100%

Tabla 85. Cómo se informa del servicio

4.26.2. Conoce la web

CONOCE LA WEB	Total	%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	206	16,4%
NO	698	55,6%
SI	352	28,0%
Total general	1.256	100,0%

Tabla 86. Uso de la web como medio de información

4.26.3. Conoce el teléfono

CONOCE EL TELÉFONO	Total	%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	93	7,5%
NO	885	70,9%
SI	270	21,63%
Total general	1.248	100,00%

Tabla 87. Uso del Teléfono de información como medio de información

4.26.4. Conoce la oficina

CONOCE LA OFICINA	Total	%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	56	4,5%
NO	1070	85,6%
SI	124	9,9%
Total general	1.250	100,0%

Tabla 88. Uso de la oficina de atención como medio de información

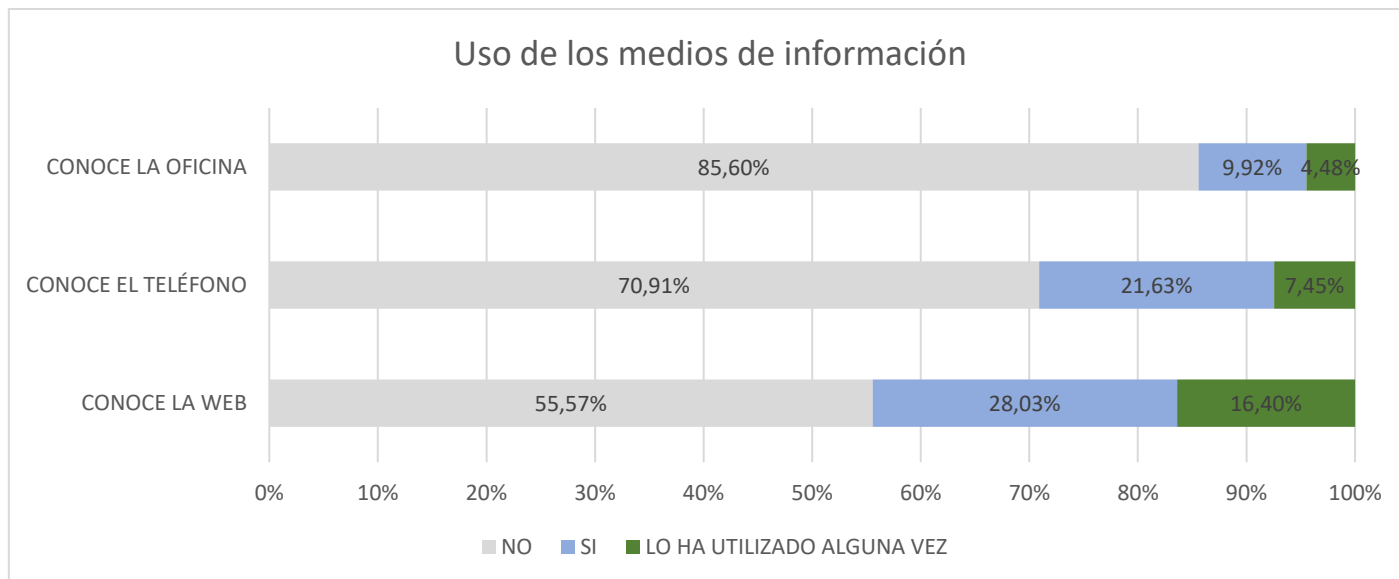


Ilustración 40. Uso de los medios de información

4.26.5. Calificación de los medios de información

CALIFICACIÓN DE LOS MEDIOS DE INFORMACIÓN	validos	NS/NC	media	mediana	desv típica	min	maz
[Web (www.ctagr.com):]	420	892	6,91	8,00	2,91	0	10
[Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65):]	177	1.135	6,04	7,00	2,99	0	10
[Atención al público en las oficinas del Consorcio:]	116	1.196	7,52	8,00	2,07	2	10
Total general			6,82		2,66		

Tabla 89. Calificación estadística de los medios de información disponibles

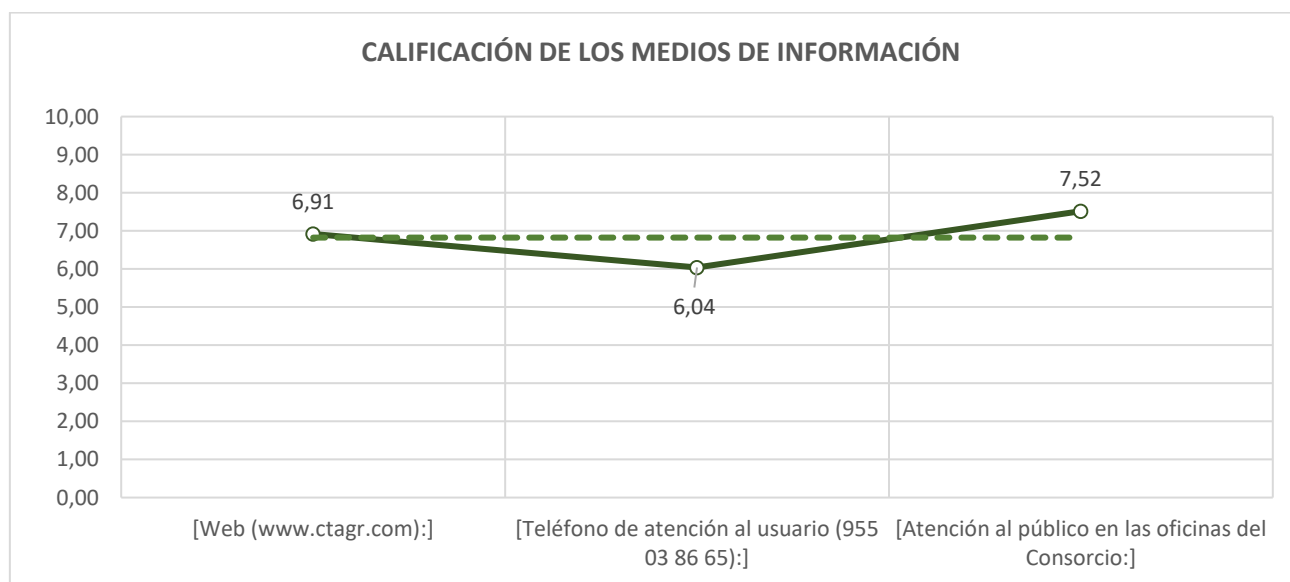


Ilustración 41. Calificación de los medios de información disponibles

4.27. PERFIL DEL USUARIO

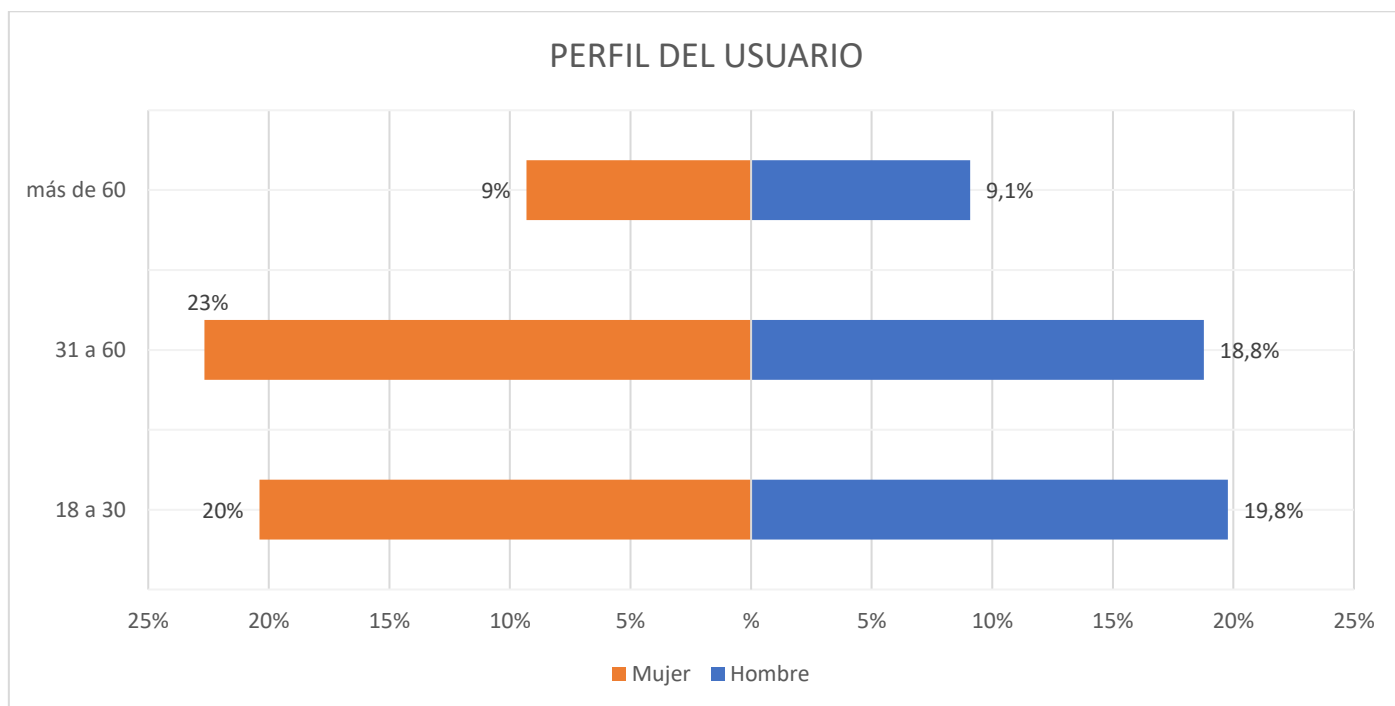


Ilustración 42. Perfil del usuario encuestado

4.28. PERSPECTIVA DE GÉNERO

4.28.1. VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO

Género	Muy bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy malo	Total general
Hombre	2,9%	73,9%	17,3%	4,6%	1,4%	100%
Mujer	3,1%	71,8%	15,0%	6,8%	3,3%	100%
Total general	3,0%	72,8%	16,1%	5,8%	2,4%	100%

Tabla 90. Valoración general del servicio público según género

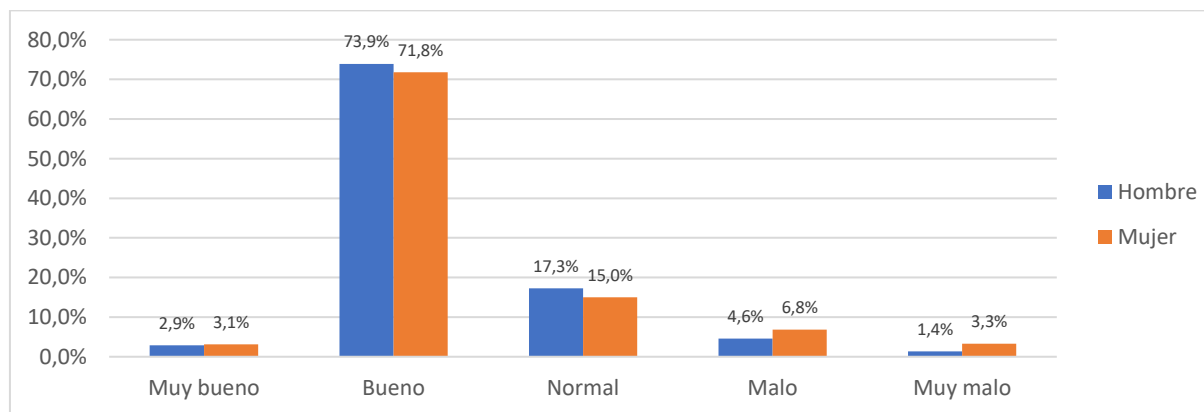


Ilustración 43. Valoración general del servicio público según género

4.28.2. VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO

Género	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Total general
Hombre	5,5%	4,0%	83,5%	7,0%	0,0%	100%
Mujer	5,1%	1,5%	86,1%	5,1%	2,2%	100%
Total general	5,3%	2,5%	85,0%	5,9%	1,3%	100%

Tabla 91. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género

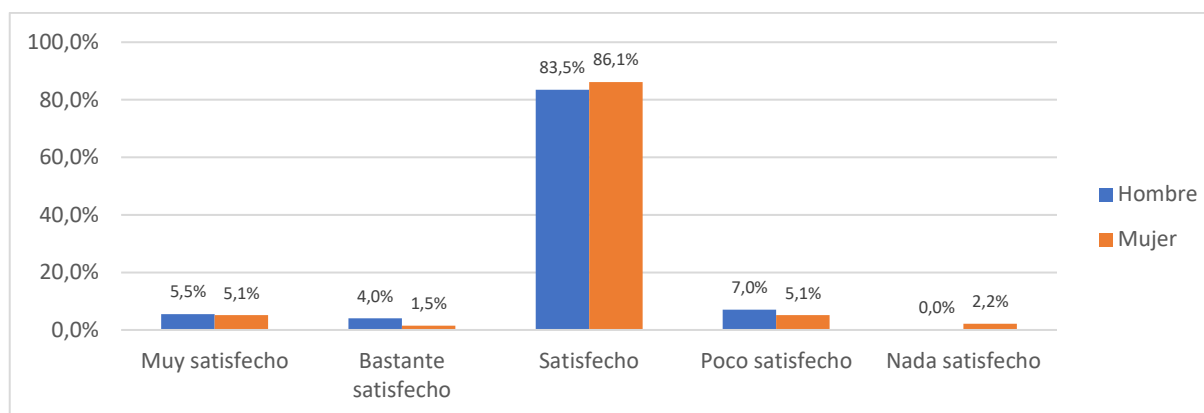


Ilustración 44. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según género

4.28.3. VALORACIÓN DE ASPECTOS (ESTADÍSTICOS DESCRIPTIVOS)

Aspecto	Género	N	Mínimo	Máximo	Media
INFORMACIÓN	Hombre	620	0	10	7,0
	Mujer	683	0	10	7,1
Subtotal/Min/Max/Media Información		1.303	0	10	7,1
PUNTUALIDAD	Hombre	623	0	10	7,3
	Mujer	687	0	10	7,4
Subtotal/Min/Max/Media Puntualidad		1.310	0	10	7,4
CONDUCCIÓN	Hombre	621	0	10	7,9
	Mujer	686	0	10	8,2
Subtotal/Min/Max/Media Conducción		1.307	0	10	8,0
AMABILIDAD	Hombre	622	0	10	8,1
	Mujer	686	0	10	8,2
Subtotal/Min/Max/Media Amabilidad		1.308	0	10	8,1
LIMPIEZA	Hombre	619	0	10	7,6
	Mujer	679	0	10	8,0
Subtotal/Min/Max/Media Limpieza		1.298	0	10	7,8
ESPACIO	Hombre	616	0	10	7,6
	Mujer	682	0	10	7,8
Subtotal/Min/Max/Media Espacio		1.298	0	10	7,7
TEMPERATURA	Hombre	617	0	10	7,7
	Mujer	678	0	10	7,9
Subtotal/Min/Max/Media Temperatura		1.295	0	10	7,8
ACCESO	Hombre	620	0	10	7,8
	Mujer	682	0	10	7,9
Subtotal/Min/Max/Media Acceso		1.302	0	10	7,9
TARIFAS	Hombre	623	0	10	6,8
	Mujer	681	0	10	6,8
Subtotal/Min/Max/Media Tarifas		1.304	0	10	6,8

Aspecto	Género	N	Mínimo	Máximo	Media
RAPIDEZ	Hombre	619	0	10	7,3
	Mujer	676	0	10	7,5
Subtotal/Min/Max/Media Rapidex		1.295	0	10	7,4
FRECUENCIA	Hombre	620	0	10	6,5
	Mujer	683	0	10	6,6
Subtotal/Min/Max/Media Frecuencia		1.303	0	10	6,5
PROXIMIDAD	Hombre	622	0	10	7,5
	Mujer	686	0	10	7,7
Subtotal/Min/Max/Media Proximidad		1.308	0	10	7,6
HORARIOS	Hombre	622	0	10	6,7
	Mujer	685	0	10	6,8
Subtotal/Min/Max/Media Horarios		1.307	0	10	6,7

Tabla 92. Valoración de aspectos según género

4.28.4. RESUMEN VALORACIÓN MEDIA DE ASPECTOS

ASPECTO	Género	
	Hombre	Mujer
VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN	7,0	7,1
VALORACIÓN DE LA PUNTUALIDAD	7,3	7,4
VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN	7,9	8,2
VALORACIÓN DE LA AMABILIDAD	8,1	8,2
VALORACIÓN DE LA LIMPIEZA	7,6	8,0
VALORACIÓN DEL ESPACIO	7,6	7,8
VALORACIÓN DE LA TEMPERATURA	7,7	7,9
VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE ACCESO	7,8	7,9
VALORACIÓN DE LAS TARIFAS	6,8	6,8
VALORACIÓN DE LA RAPIDEZ	7,3	7,5
VALORACIÓN DE LA FRECUENCIA	6,5	6,6
VALORACIÓN DE LA PROXIMIDAD	7,5	7,7
VALORACIÓN DE HORARIOS	6,7	6,8
VALORACIÓN MEDIA	7,4	7,5

Tabla 93. Resumen valoración media de aspectos según género

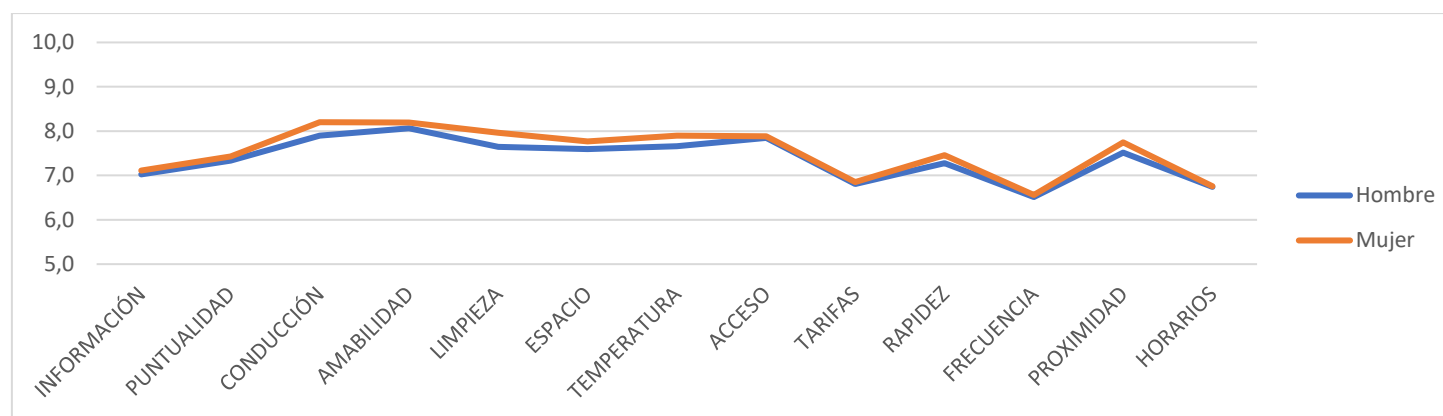


Ilustración 45. Resumen valoración media de aspectos según género

4.28.5. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS

ASPECTOS EN PRIMER ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Puntualidad	35,1%	36,8%	36,0%
Frecuencia o número de servicios diarios	16,3%	18,4%	17,4%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	8,9%	9,5%	9,2%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,0%	8,2%	8,6%
Información	8,7%	7,4%	8,0%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	7,4%	6,6%	7,0%
Rapidez	5,2%	4,7%	4,9%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,3%	4,7%	4,5%
Limpieza en el interior de los autobuses	1,9%	1,2%	1,5%
Espacio en el interior de los autobuses	1,3%	0,7%	1,0%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	1,4%	0,4%	0,9%
Facilidad de acceso y salida del autobús	0,3%	1,2%	0,8%
Temperatura en el interior (frío/calor)	0,2%	0,3%	0,2%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 94. Aspectos en primer orden de importancia según género

ASPECTOS EN SEGUNDO ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Frecuencia o número de servicios diarios	25,1%	27,6%	26,4%
Puntualidad	12,5%	17,2%	15,1%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	12,5%	11,1%	11,7%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	10,3%	9,7%	10,0%
Rapidez	9,0%	10,4%	9,8%
Información	6,4%	3,9%	5,0%
Limpieza en el interior de los autobuses	4,5%	4,4%	4,5%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,7%	3,9%	4,3%
Espacio en el interior de los autobuses	4,9%	3,2%	4,0%
Facilidad de acceso y salida del autobús	2,5%	2,7%	2,6%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	2,9%	2,2%	2,5%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	2,7%	1,7%	2,1%
Temperatura en el interior (frío/calor)	2,1%	1,9%	2,0%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 95. Aspectos en segundo orden de importancia según género

ASPECTOS EN TERCER ORDEN DE IMPORTANCIA SEGÚN GÉNERO	Hombre	Mujer	Total general
Frecuencia o número de servicios diarios	23,1%	28,4%	26,3%
Puntualidad	12,9%	16,6%	15,1%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	12,9%	11,8%	12,2%
Rapidez	11,4%	10,7%	11,0%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,6%	9,2%	9,4%
Trato de los conductores (amabilidad)	5,3%	4,1%	4,5%
Espacio en el interior de los autobuses	6,7%	2,8%	4,3%
Limpieza en el interior de los autobuses	4,4%	4,1%	4,2%
Información	4,4%	3,9%	4,1%
Facilidad de acceso y salida del autobús	2,9%	2,8%	2,8%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	2,3%	2,4%	2,4%
Temperatura en el interior (frío/calor)	2,6%	1,8%	2,1%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	1,5%	1,7%	1,6%
Total general	100%	100%	100%

Tabla 96. Aspectos en tercer orden de importancia según género

4.28.6. ASPECTOS DEL SERVICIO MÁS IMPORTANTES PARA LOS USUARIOS (PONDERADOS POR ORDEN DE RESPUESTA)

ASPECTO MÁS IMPORTANTE HOMBRE (PONDERADO)	%	% acumulado
Puntualidad	25,8%	25,8%
Frecuencia o número de servicios diarios	19,7%	45,5%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	10,4%	55,9%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	9,5%	65,4%
Información	7,5%	72,9%
Rapidez	7,0%	79,9%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	5,5%	85,4%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,6%	89,9%
Espacio en el interior de los autobuses	3,0%	92,9%
Limpieza en el interior de los autobuses	3,0%	95,9%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	1,8%	97,7%
Facilidad de acceso y salida del autobús	1,3%	99,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	1,0%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 97. Aspectos del servicio más importantes para hombres (ponderados por orden de respuesta)

ASPECTO MÁS IMPORTANTE MUJER (PONDERADO)	%	% acumulado
Puntualidad	27,8%	27,8%
Frecuencia o número de servicios diarios	22,7%	50,5%
Horarios(horas de funcionamiento del servicio)	10,3%	60,8%
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	8,8%	69,6%
Rapidez	7,3%	76,9%
Información	5,8%	82,7%
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	4,6%	87,4%
Trato de los conductores (amabilidad)	4,3%	91,7%
Limpieza en el interior de los autobuses	2,6%	94,3%
Facilidad de acceso y salida del autobús	1,9%	96,2%
Espacio en el interior de los autobuses	1,8%	98,0%
Temperatura en el interior (frío/calor)	1,0%	99,0%
Proximidad de las paradas a su origen o destino	1,0%	100,0%
Total general	100%	

Tabla 98. Aspectos del servicio más importantes para mujeres (ponderados por orden de respuesta)



Ilustración 46. Aspectos del servicio más importantes según género (ponderados por orden de respuesta)

4.28.7. ¿LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA	Hombre	Mujer	Total general
No	558	633	1.191
Sí	35	38	73
NS/NC	2		2
Total general	595	671	1.266

Tabla 99. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

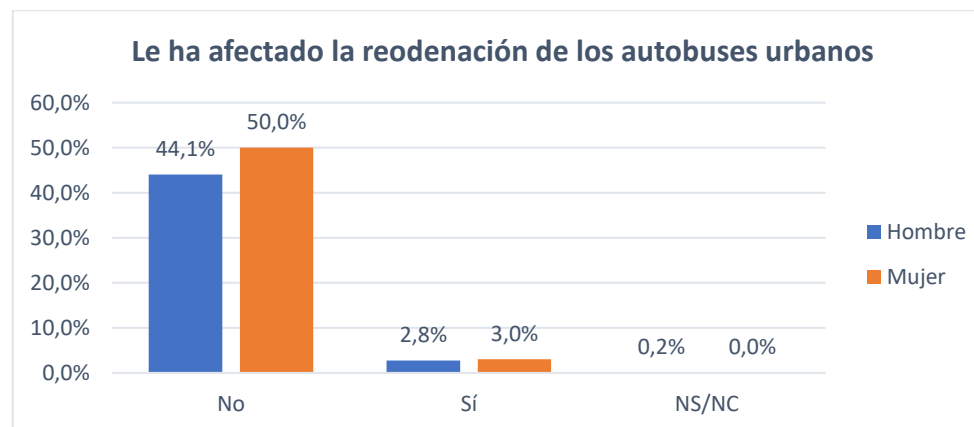


Ilustración 47. Le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

4.28.8. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS DE LOS AUTOBUSES URBANOS DE GRANADA?

LE HA AFECTADO LA REORDENACIÓN DE LÍNEAS URBANAS	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
Más movilidad	5	8,5%	9	15,3%	14	23,7%
Más rápido	6	10,2%	1	1,7%	7	11,9%
Menor frecuencia	2	3,4%	2	3,4%	4	6,8%
Menos frecuencias	1	1,7%	2	3,4%	3	5,1%
Para bien, más frecuencia		0,0%	3	5,1%	3	5,1%
Movilidad más flexible	2	3,4%	1	1,7%	3	5,1%
Los Horarios me desfavorecen	1	1,7%	2	3,4%	3	5,1%
Supresión de la línea que antes usaba	1	1,7%	2	3,4%	3	5,1%
Menos trayectos	3	5,1%		0,0%	3	5,1%
Movilidad más asequible	1	1,7%	1	1,7%	2	3,4%
Cambio de línea		0,0%	2	3,4%	2	3,4%
Confusión		0,0%	2	3,4%	2	3,4%
Movilidad más rápida	1	1,7%	1	1,7%	2	3,4%
Cambio de horario, para mal		0,0%	2	3,4%	2	3,4%
No son compatible con los turnos de la universidad	2	3,4%		0,0%	2	3,4%
No hay claridad en los horarios		0,0%	1	1,7%	1	1,7%
Más lento	1	1,7%		0,0%	1	1,7%
Mucho mejor	1	1,7%		0,0%	1	1,7%
Peor localización de las paradas		0,0%	1	1,7%	1	1,7%
Total general	27	45,8%	32	54,2%	59	100%

Tabla 100. En que le ha afectado la reordenación de los autobuses urbanos según género

4.28.9. LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA

LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO DE GRANADA	Hombre	Mujer	Total general
No	464	504	968
Sí	140	179	319
NS/NC	3	1	4
Total general	607	684	1.291

Tabla 101. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género

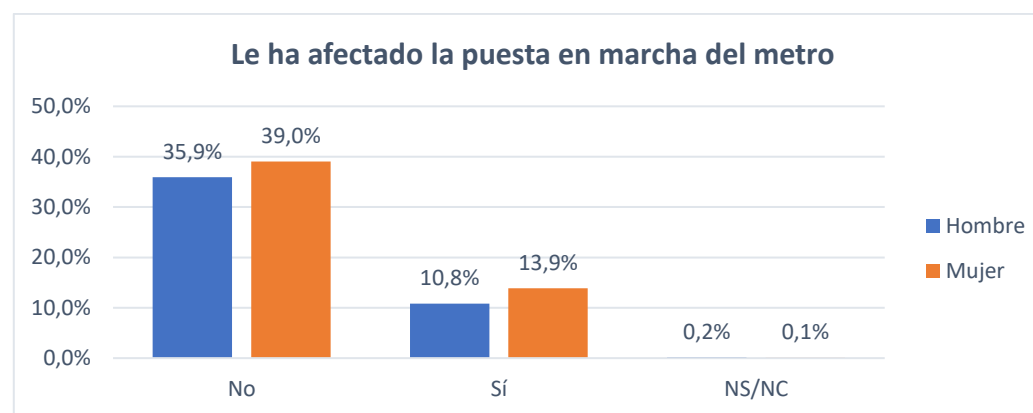


Ilustración 48. Le ha afectado la puesta en marcha del metro según género

4.28.10. ¿EN QUÉ LE HA AFECTADO LA PUESTA EN MARCHA DEL METRO?

EN QUÉ LE HA AFECTADO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
Más movilidad	19	22,6%	19	22,6%	38	45,2%
Movilidad más flexible por la ciudad	13	15,5%	5	6,0%	18	21,4%
Desplazamiento más rápido	3	3,6%	2	2,4%	5	6,0%
Mejor acceso a la ciudad	2	2,4%	3	3,6%	5	6,0%
Más rapidez a la hora de desplazarse	3	3,6%	1	1,2%	4	4,8%
Medio de transporte más rápido		0,0%	3	3,6%	3	3,6%
Me vino muy bien		0,0%	2	2,4%	2	2,4%
Para bien	1	1,2%	1	1,2%	2	2,4%
Comodidad	1	1,2%	1	1,2%	2	2,4%
Que ahora lo uso		0,0%	1	1,2%	1	1,2%
Para el tráfico y lo ralentiza		0,0%	1	1,2%	1	1,2%
Gasto innecesario		0,0%	1	1,2%	1	1,2%
Mejora de tiempo para llegar al trabajo		0,0%	1	1,2%	1	1,2%
Mayor facilidad de transporte	1	1,2%		0,0%	1	1,2%
(en blanco)		0,0%		0,0%		0,0%
Total general	43	51%	41	49%	84	100%

Tabla 102. En qué le ha puesta en marcha del metro según género

4.28.11. MEDIOS DE INFORMACIÓN DEL SERVICIO DE TRANSPORTE QUE UTILIZA EL USUARIO

¿Cómo se informa del servicio?

COMO SE INFORMA DEL SERVICIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
Internet	322	24,6%	390	29,8%	712	54,5%
App dispositivos móviles	63	4,8%	64	4,9%	127	9,7%
Conductor	55	4,2%	69	5,3%	124	9,5%
Redes sociales	73	5,6%	48	3,7%	121	9,3%
Información que hay en las paradas	60	4,6%	53	4,1%	113	8,6%
Noticias y anuncios del autobús	26	2,0%	30	2,3%	56	4,3%
Boca a boca	4	0,3%	8	0,6%	12	0,9%
Conocido	1	0,1%	10	0,8%	11	0,8%
Prensa	3	0,2%	1	0,1%	4	0,3%
Conocido	1	0,1%	3	0,2%	4	0,3%
Radio / TV	2	0,2%	2	0,2%	4	0,3%
Conocidos	3	0,2%		0,0%	3	0,2%
Pregunta a amigas	1	0,1%	1	0,1%	2	0,2%
Amigas		0,0%	2	0,2%	2	0,2%
De gente en gente	2	0,2%		0,0%	2	0,2%
Su hermana	2	0,2%		0,0%	2	0,2%
información dentro del autobús		0,0%	2	0,2%	2	0,2%
Mi hija	1	0,1%	1	0,1%	2	0,2%
Su mujer	1	0,1%		0,0%	1	0,1%
NS/NC		0,0%	1	0,1%	1	0,1%
Número de teléfono		0,0%	1	0,1%	1	0,1%
Mi padre		0,0%	1	0,1%	1	0,1%
Total general	620	47%	687	53%	1.307	100%

Tabla 103. Cómo se informa del servicio según género

Conoce la web

CONOCE LA WEB	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	368	29,3%	330	26,3%	698	55,6%
SI	115	9,2%	237	18,9%	352	28,0%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	106	8,4%	100	8,0%	206	16,4%
Total general	589	46,9%	667	53,1%	1.256	100%

Tabla 104. Uso de la web como medio de información según género

Conoce el teléfono

CONOCE EL TELÉFONO DE INFORMACIÓN DEL CONSORCIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	417	33,4%	468	37,5%	885	70,9%
SI	139	11,1%	131	10,5%	270	21,6%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	30	2,4%	63	5,0%	93	7,5%
Total general	586	47,0%	662	53,0%	1.248	100%

Tabla 105. Uso del Teléfono de información como medio de información según género

Conoce la oficina

CONOCE SERVICIO ATENCIÓN EN OFICINA DEL CONSORCIO	Hombre	%	Mujer	%	Total general	%
NO	520	41,6%	550	44,0%	1070	85,6%
SI	42	3,4%	82	6,6%	124	9,9%
LO HA UTILIZADO ALGUNA VEZ	22	1,8%	34	2,7%	56	4,5%
Total general	584	46,7%	666	53,3%	1.250	100%

Tabla 106. Uso de la oficina de atención como medio de información según género

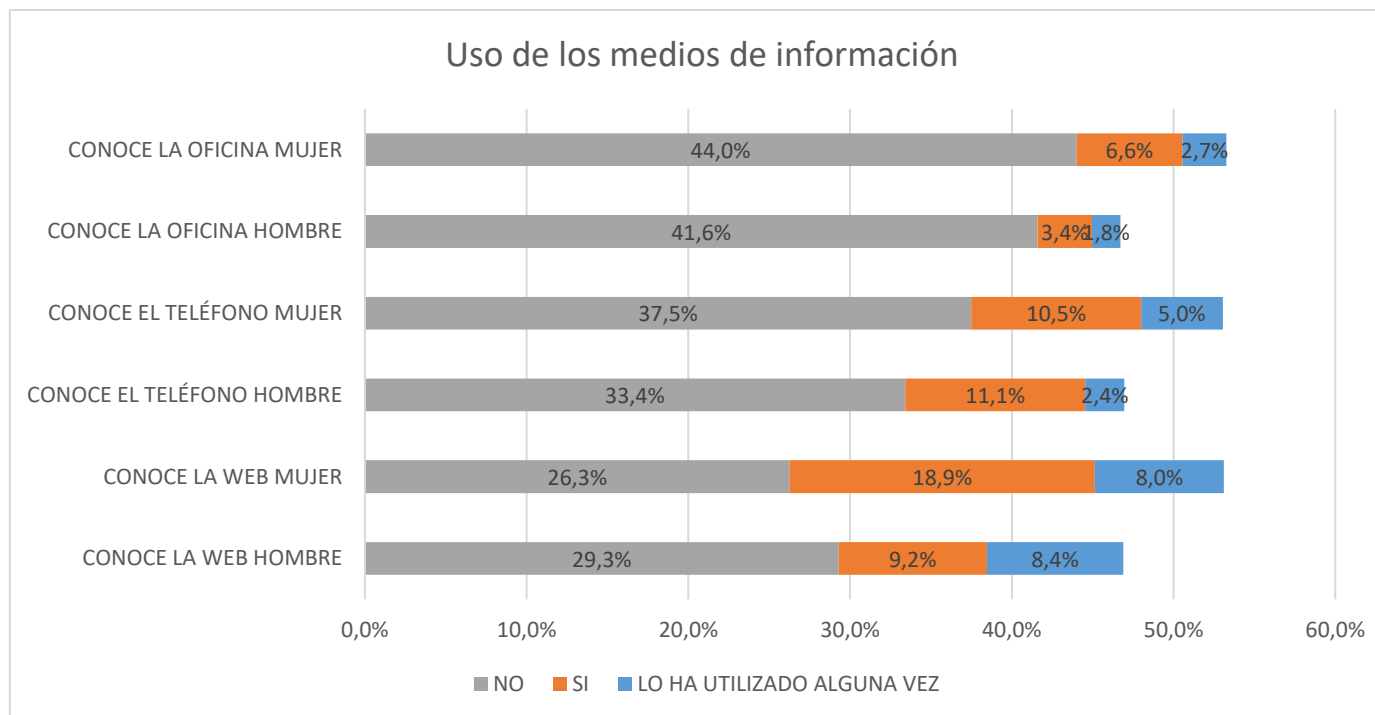


Ilustración 49. Uso de los medios de información según género

4.29. PERSPECTIVA DE GÉNERO Y OPERADOR

4.29.1. VALORACIÓN GENERAL DEL SERVICIO PÚBLICO

Género	Muy bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy malo	Total general	Encuestas
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,6%	71,4%	14,3%	5,7%	0,0%	100%	35
Hombre	5,3%	63,2%	21,1%	10,5%	0,0%	100%	19
Mujer	12,5%	81,3%	6,3%	0,0%	0,0%	100%	16
AUTEDIA / MIBUS	4,5%	50,0%	9,1%	31,8%	4,5%	100%	22
Hombre	20,0%	40,0%	40,0%	0,0%	0,0%	100%	5
Mujer	0,0%	52,9%	0,0%	41,2%	5,9%	100%	17
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	6,9%	93,1%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	29
Hombre	5,6%	94,4%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	18
Mujer	9,1%	90,9%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	11
AUTOCARES RONA, S.L.	0,0%	93,1%	6,9%	0,0%	0,0%	100%	29
Hombre	0,0%	90,0%	10,0%	0,0%	0,0%	100%	10
Mujer	0,0%	94,7%	5,3%	0,0%	0,0%	100%	19
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	0,0%	74,4%	25,6%	0,0%	0,0%	100%	39
Hombre	0,0%	72,7%	27,3%	0,0%	0,0%	100%	22
Mujer	0,0%	76,5%	23,5%	0,0%	0,0%	100%	17
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	0,9%	76,6%	17,2%	4,1%	1,2%	100%	338
Hombre	0,6%	77,5%	18,8%	3,1%	0,0%	100%	160
Mujer	1,1%	75,8%	15,7%	5,1%	2,2%	100%	178
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	0,0%	78,9%	18,4%	2,6%	0,0%	100%	38
Hombre	0,0%	85,7%	7,1%	7,1%	0,0%	100%	14
Mujer	0,0%	75,0%	25,0%	0,0%	0,0%	100%	24
EMPRESA LIÑAN, S.A.	0,7%	70,7%	21,4%	3,6%	3,6%	100%	140
Hombre	0,0%	71,6%	20,9%	4,5%	3,0%	100%	67
Mujer	1,4%	69,9%	21,9%	2,7%	4,1%	100%	73
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	0,0%	53,3%	23,3%	0,0%	23,3%	100%	30
Hombre	0,0%	64,7%	11,8%	0,0%	23,5%	100%	17

Género	Muy bueno	Bueno	Normal	Malo	Muy malo	Total general	Encuestas
Mujer	0,0%	38,5%	38,5%	0,0%	23,1%	100%	13
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,0%	66,5%	16,5%	7,7%	2,2%	100%	272
Hombre	6,8%	67,4%	20,5%	4,5%	0,8%	100%	132
Mujer	7,1%	65,7%	12,9%	10,7%	3,6%	100%	140
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	3,2%	73,0%	13,1%	7,9%	2,8%	100%	252
Hombre	3,6%	75,9%	11,6%	8,0%	0,9%	100%	112
Mujer	2,9%	70,7%	14,3%	7,9%	4,3%	100%	140
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	0,0%	62,5%	12,5%	25,0%	0,0%	100%	8
Hombre	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	0,0%	100%	1
Mujer	0,0%	57,1%	14,3%	28,6%	0,0%	100%	7
UREÑA E HIJOS S.L.	3,2%	83,9%	9,7%	3,2%	0,0%	100%	31
Hombre	0,0%	76,9%	15,4%	7,7%	0,0%	100%	13
Mujer	5,6%	88,9%	5,6%	0,0%	0,0%	100%	18
Total general	3,0%	72,8%	16,1%	5,8%	2,4%	100%	1.263

Tabla 107. Valoración general del servicio público según operador y género



Ilustración 50. Valoración general del servicio público según operador y género

4.29.2. VALORACIÓN GENERAL DE LA GESTIÓN POR PARTE DEL CONSORCIO

Género	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfech o	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Total general	Encuest as
ALSA GranadaAIRPORT, SL	3,9%	0,0%	82,4%	13,7%	0,0%	100%	51
Hombre	0,0%	0,0%	84,8%	15,2%	0,0%	100%	33
Mujer	11,1%	0,0%	77,8%	11,1%	0,0%	100%	18
AUTEDIA / MIBUS	4,5%	0,0%	50,0%	40,9%	4,5%	100%	22
Hombre	20,0%	0,0%	40,0%	40,0%	0,0%	100%	5
Mujer	0,0%	0,0%	52,9%	41,2%	5,9%	100%	17
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	13,8%	0,0%	86,2%	0,0%	0,0%	100%	29
Hombre	11,1%	0,0%	88,9%	0,0%	0,0%	100%	18
Mujer	18,2%	0,0%	81,8%	0,0%	0,0%	100%	11
AUTOCARES RONA, S.L.	0,0%	0,0%	93,1%	6,9%	0,0%	100%	29
Hombre	0,0%	0,0%	90,0%	10,0%	0,0%	100%	10
Mujer	0,0%	0,0%	94,7%	5,3%	0,0%	100%	19
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	0,0%	0,0%	92,3%	7,7%	0,0%	100%	26
Hombre	0,0%	0,0%	86,7%	13,3%	0,0%	100%	15
Mujer	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100%	11
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	2,1%	0,9%	84,4%	11,5%	1,2%	100%	340
Hombre	1,9%	1,2%	86,4%	8,0%	2,5%	100%	162
Mujer	2,2%	0,6%	82,6%	14,6%	0,0%	100%	178
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	2,9%	0,0%	94,1%	2,9%	0,0%	100%	34
Hombre	8,3%	0,0%	83,3%	8,3%	0,0%	100%	12
Mujer	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100%	22
EMPRESA LIÑAN, S.A.	0,0%	2,0%	88,0%	7,0%	3,0%	100%	100
Hombre	0,0%	2,1%	83,3%	10,4%	4,2%	100%	48
Mujer	0,0%	1,9%	92,3%	3,8%	1,9%	100%	52
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	0,0%	3,3%	66,7%	6,7%	23,3%	100%	30
Hombre	0,0%	0,0%	76,5%	11,8%	11,8%	100%	17
Mujer	0,0%	7,7%	53,8%	0,0%	38,5%	100%	13

Género	Muy satisfecho	Bastante satisfecho	Satisfecho	Poco satisfecho	Nada satisfecho	Total general	Encuestas
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	8,2%	3,3%	70,3%	15,2%	3,0%	100%	269
Hombre	8,5%	0,8%	73,8%	15,4%	1,5%	100%	130
Mujer	7,9%	5,8%	66,9%	15,1%	4,3%	100%	139
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	5,5%	3,8%	74,9%	14,5%	1,3%	100%	235
Hombre	8,8%	3,9%	71,6%	14,7%	1,0%	100%	102
Mujer	3,0%	3,8%	77,4%	14,3%	1,5%	100%	133
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	0,0%	0,0%	90,9%	4,5%	4,5%	100%	22
Hombre	0,0%	0,0%	100,0%	0,0%	0,0%	100%	9
Mujer	0,0%	0,0%	84,6%	7,7%	7,7%	100%	13
UREÑA E HIJOS S.L.	16,1%	6,5%	74,2%	3,2%	0,0%	100%	31
Hombre	7,7%	7,7%	76,9%	7,7%	0,0%	100%	13
Mujer	22,2%	5,6%	72,2%	0,0%	0,0%	100%	18
Total general	4,5%	2,1%	79,1%	12,0%	2,2%	100%	1.218

Tabla 108. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según operador y género

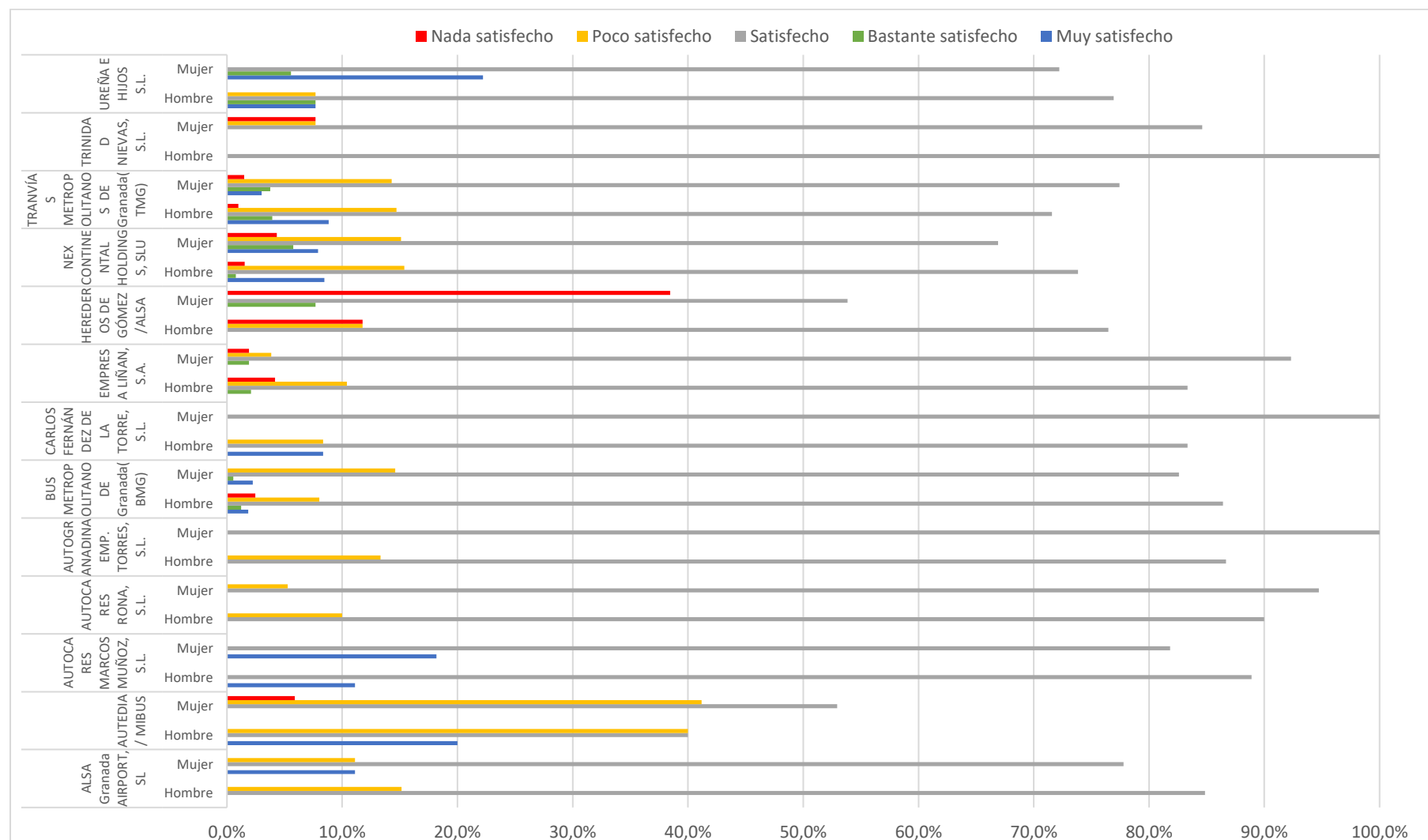


Ilustración 51. Valoración general de la gestión por parte del Consorcio según operador y género

4.29.3. VALORACIÓN DE ASPECTOS

Valoración de la información

VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	6,8	7,5
AUTEDIA / MIBUS	8,1	6,4
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,1	7,9
AUTOCARES RONA, S.L.	7,0	7,2
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	5,4	6,9
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,4	7,5
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,1	6,1
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,4	6,3
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,2	6,2
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,1	7,0
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,1	7,3
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	6,8	6,8
UREÑA E HIJOS S.L.	7,8	7,8
MEDIA	6,9	7,0

Tabla 109. Valoración de la información según operador y género

VALORACIÓN DE LA INFORMACIÓN

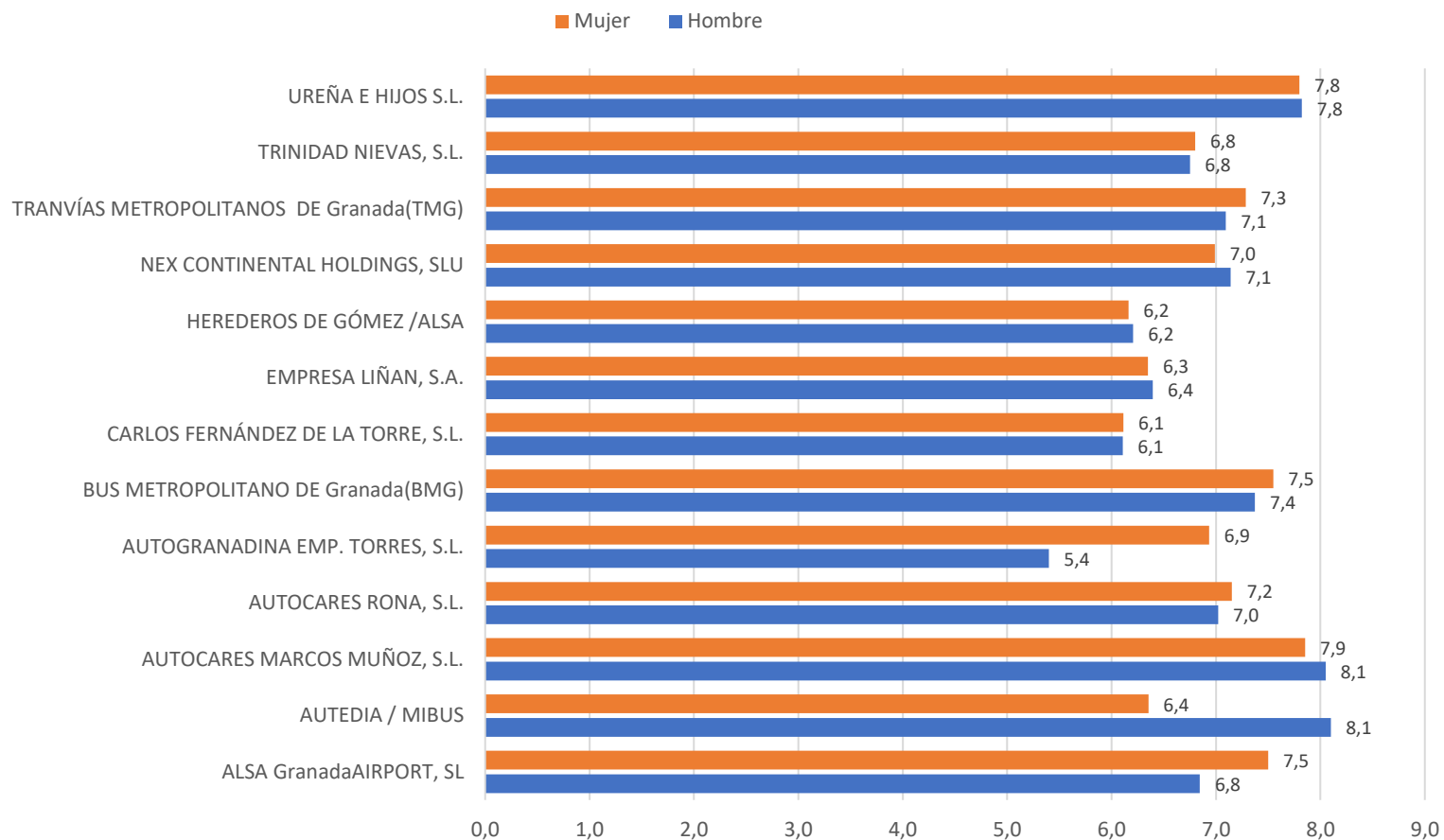


Ilustración 52. Valoración de la información según operador y género

Valoración de la puntualidad

VALORACIÓN DE LA PUNTUALIDAD	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	6,8	8,2
AUTEDIA / MIBUS	8,1	6,7
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,0	8,0
AUTOCARES RONA, S.L.	8,5	8,0
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,0	6,8
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,8	7,7
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,2	7,7
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,5	7,1
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,2	5,7
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,4	7,2
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,4	7,4
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	7,9	7,7
UREÑA E HIJOS S.L.	8,0	8,3
MEDIA	7,4	7,4

Tabla 110. Valoración de la puntualidad según operador y género

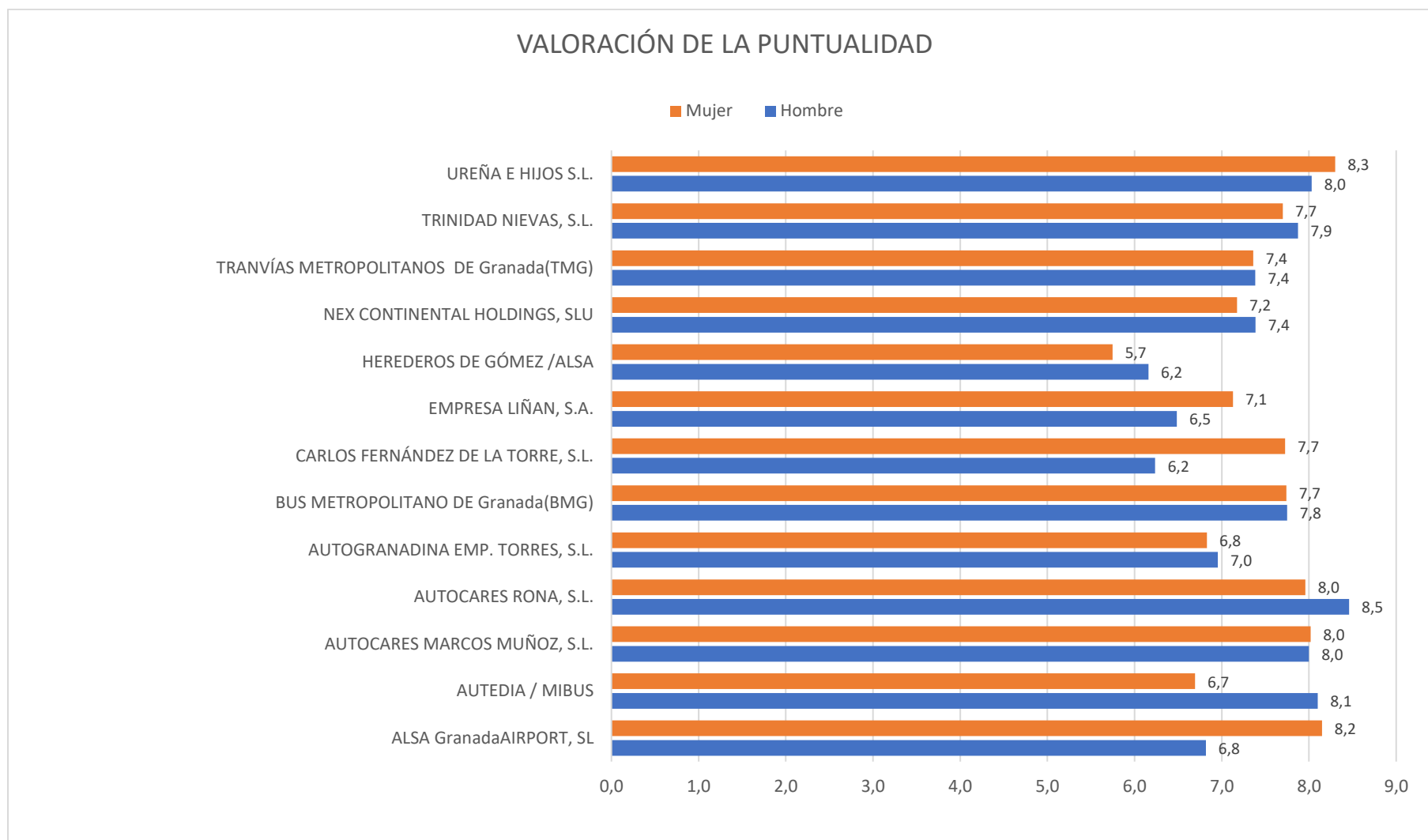


Ilustración 53. Valoración de la puntualidad según operador y género

Valoración de la seguridad en la conducción

VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,6	8,6
AUTEDIA / MIBUS	7,9	8,4
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,3	8,3
AUTOCARES RONA, S.L.	8,6	8,5
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,4	7,7
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	8,2	8,3
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,9	8,1
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,4	7,5
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,3	5,9
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	8,1	8,3
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	8,1	8,4
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	8,6	8,5
UREÑA E HIJOS S.L.	8,4	8,6
MEDIA	7,8	8,1

Tabla 111. Valoración de la seguridad en la conducción según operador y género

VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD EN LA CONDUCCIÓN

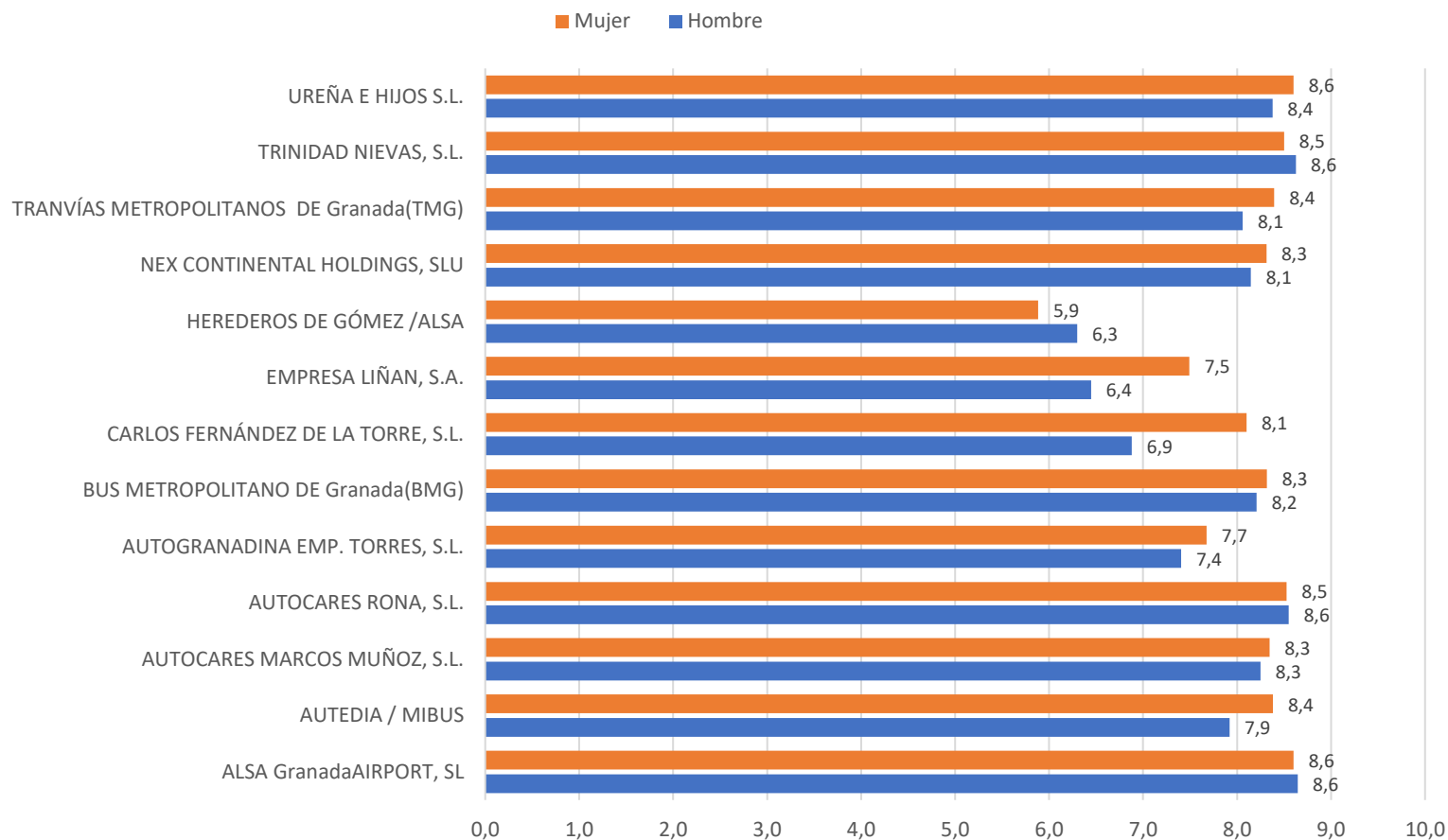


Ilustración 54. Valoración de la seguridad en la conducción según operador y género

Valoración de la amabilidad

VALORACIÓN DE LA AMABILIDAD	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,8	8,6
AUTEDIA / MIBUS	7,7	8,0
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,4	8,1
AUTOCARES RONA, S.L.	8,6	8,7
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,7	8,1
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	8,5	8,5
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	7,9	8,4
EMPRESA LIÑAN, S.A.	7,1	7,3
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,3	5,5
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	8,1	8,2
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	8,0	8,3
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	9,0	8,8
UREÑA E HIJOS S.L.	8,4	8,7
MEDIA	8,0	8,1

Tabla 112. Valoración de la amabilidad según operador y género

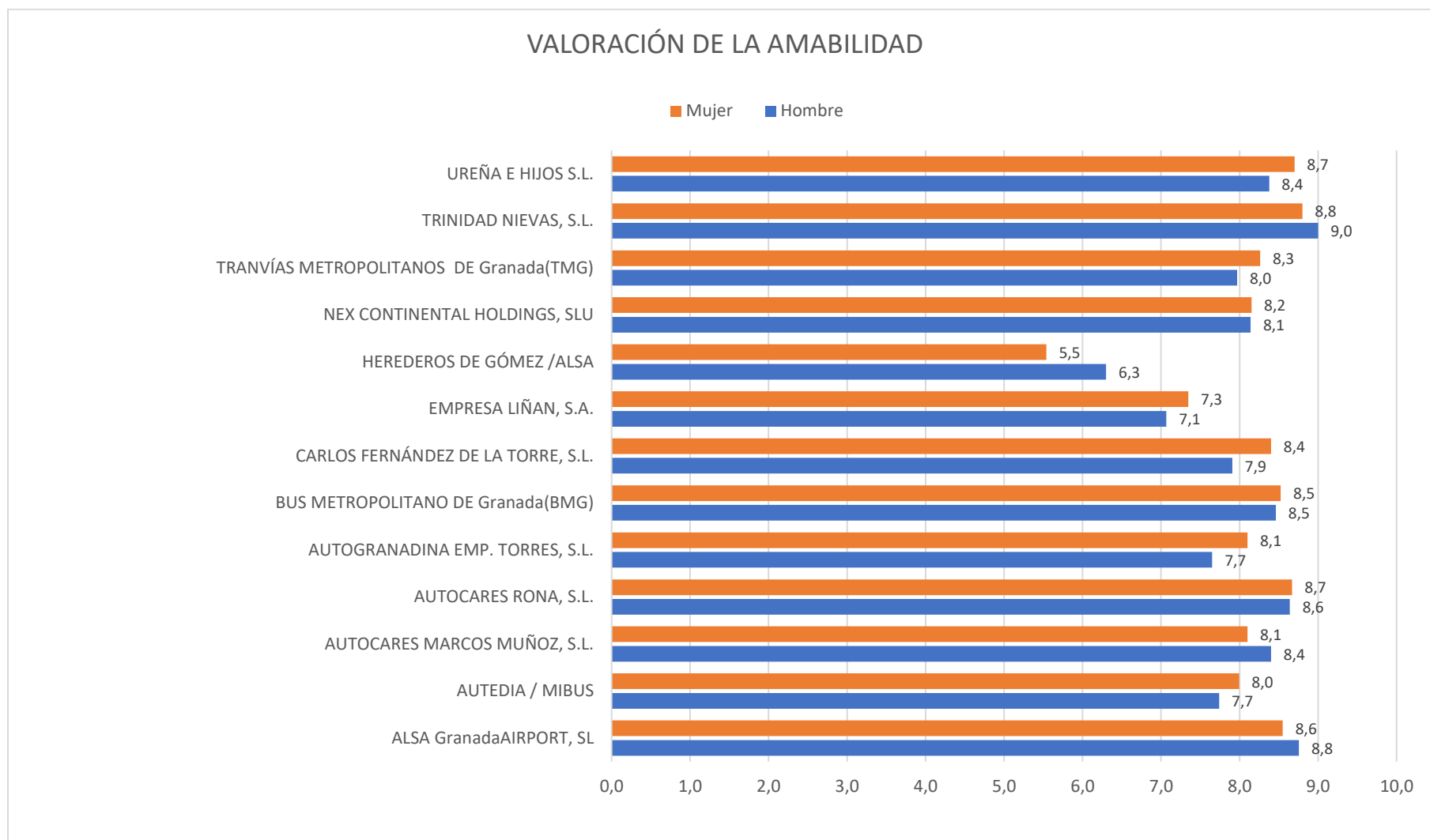


Ilustración 55. Valoración de la amabilidad según operador y género

Valoración de la limpieza

VALORACIÓN DE LA LIMPIEZA	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,8	8,7
AUTEDIA / MIBUS	8,1	8,2
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,2	8,3
AUTOCARES RONA, S.L.	8,4	8,1
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	6,9	7,7
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	8,0	8,1
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,7	7,7
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,7	7,3
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	5,8	5,5
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,7	7,9
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,5	8,3
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	8,3	8,1
UREÑA E HIJOS S.L.	8,0	8,5
MEDIA	7,6	7,9

Tabla 113. Valoración de la limpieza según operador y género

VALORACIÓN DE LA LIMPIEZA

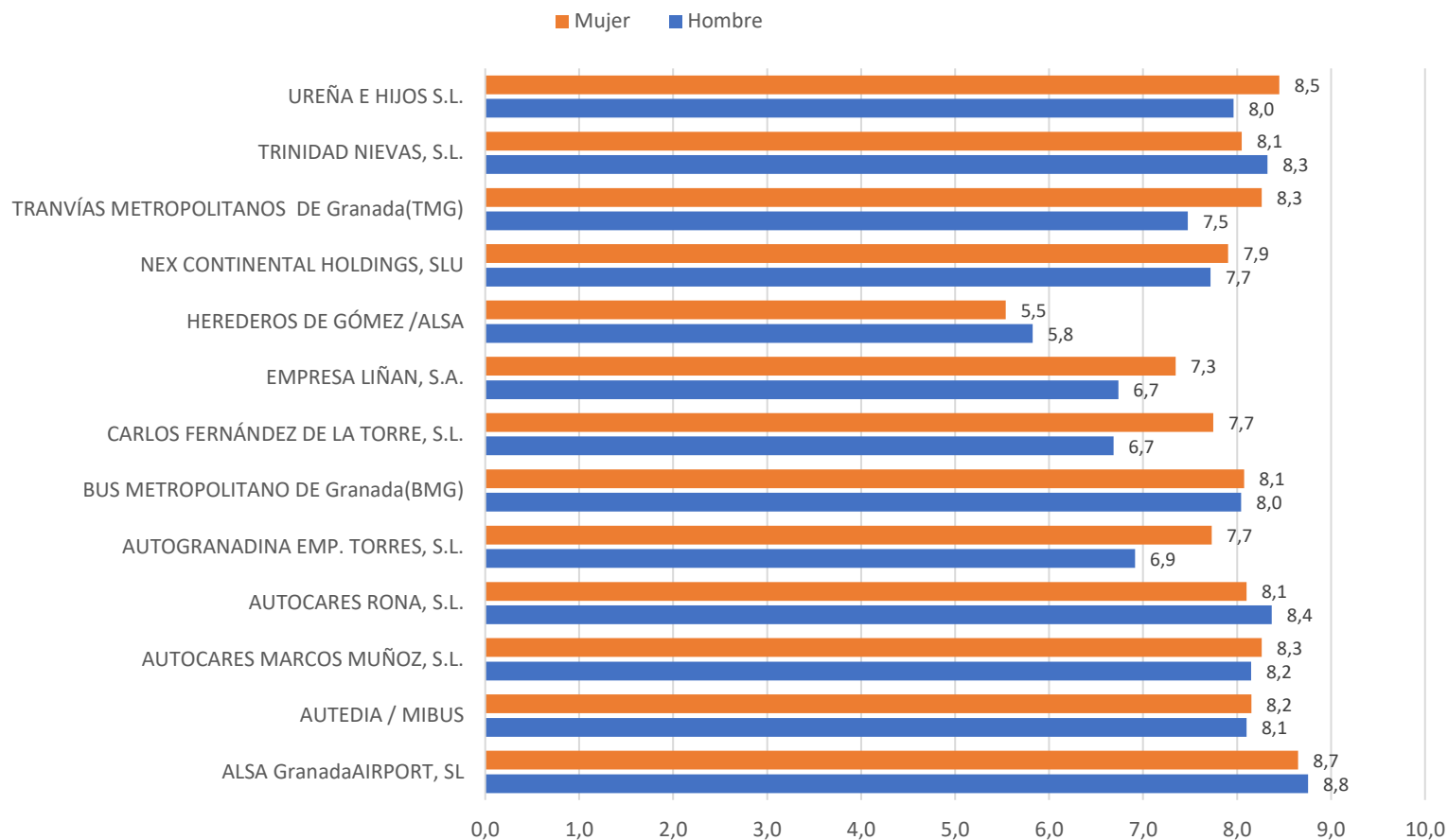


Ilustración 56. Valoración de la limpieza según operador y género

Valoración del espacio

VALORACIÓN DEL ESPACIO	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,2	8,6
AUTEDIA / MIBUS	7,7	8,0
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,3	8,2
AUTOCARES RONA, S.L.	8,0	7,9
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	6,8	7,7
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,7	7,9
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	7,3	7,3
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,6	7,3
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,1	5,5
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,9	7,7
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,7	8,0
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	8,0	7,7
UREÑA E HIJOS S.L.	8,0	8,3
MEDIA	7,6	7,7

Tabla 114. Valoración del espacio según operador y género

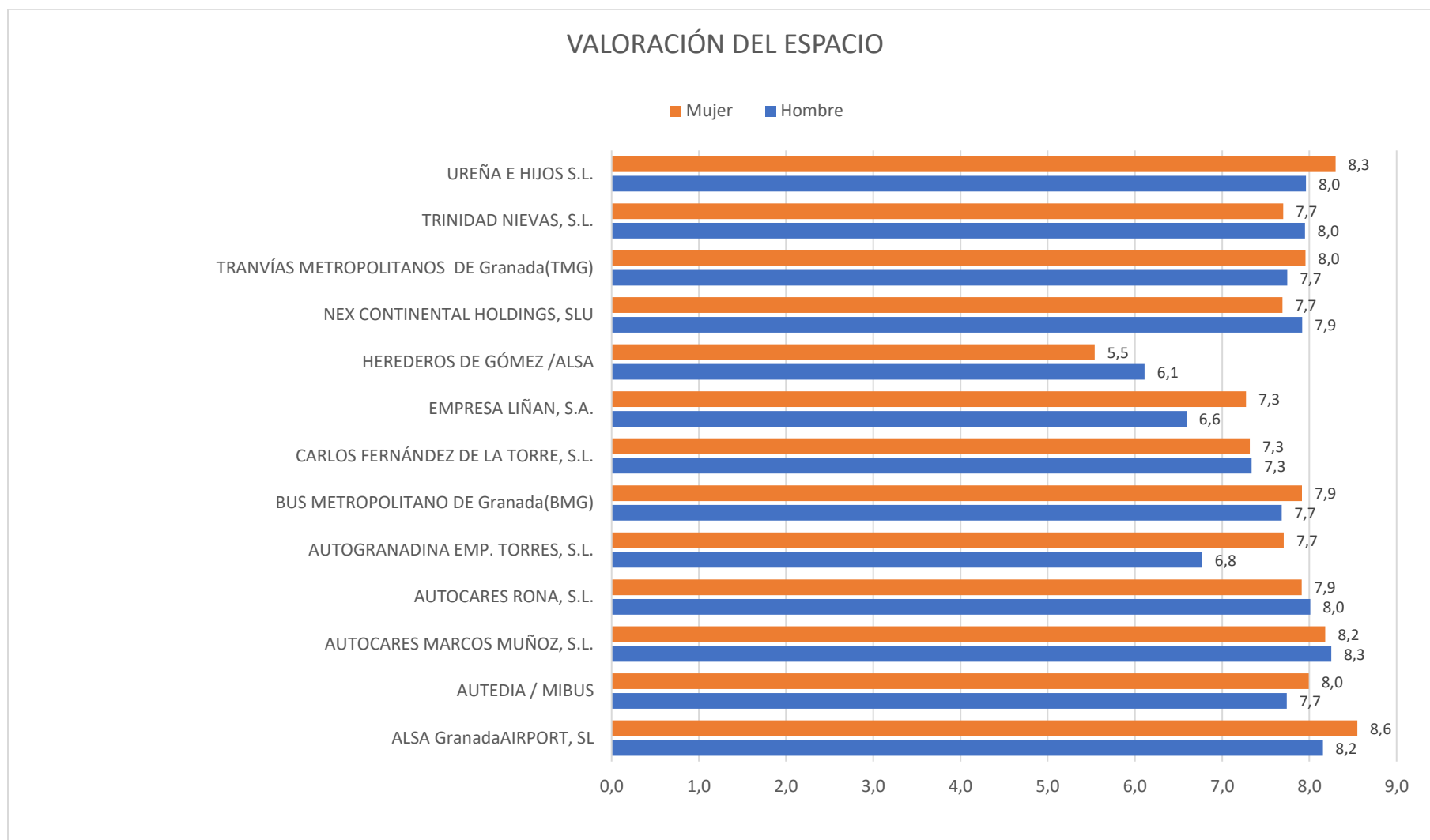


Ilustración 57. Valoración del espacio según operador y género

Valoración de la temperatura

VALORACIÓN DE LA TEMPERATURA	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,3	8,3
AUTEDIA / MIBUS	7,9	8,3
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,2	8,3
AUTOCARES RONA, S.L.	8,0	7,6
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	6,9	7,2
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	8,0	8,2
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	7,1	7,7
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,6	7,2
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,3	6,1
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,9	7,8
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,6	8,1
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	8,0	7,9
UREÑA E HIJOS S.L.	8,1	8,5
MEDIA	7,6	7,8

Tabla 115. Valoración de la temperatura según operador y género

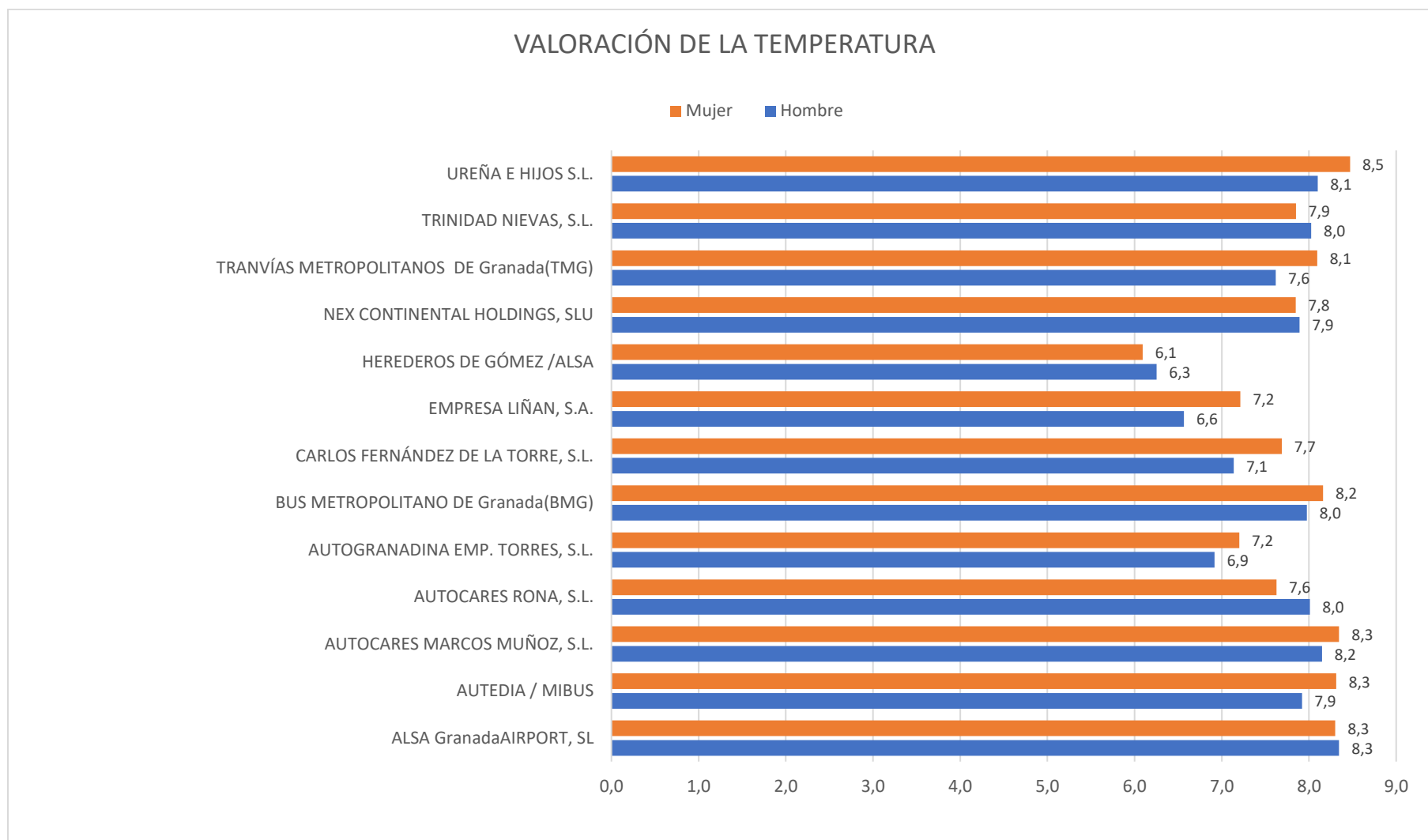


Ilustración 58. Valoración de la temperatura según operador y género

Valoración de la facilidad de acceso

VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE ACCESO	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	8,5	8,5
AUTEDIA / MIBUS	7,6	7,5
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,0	8,3
AUTOCARES RONA, S.L.	7,9	7,8
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,5	7,6
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	8,2	8,3
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	7,4	7,9
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,9	7,4
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	5,6	4,9
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	8,1	7,6
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,8	8,0
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	8,7	8,4
UREÑA E HIJOS S.L.	8,5	8,1
MEDIA	7,7	7,7

Tabla 116. Valoración de la facilidad de acceso según operador y género

VALORACIÓN DE LA FACILIDAD DE ACCESO

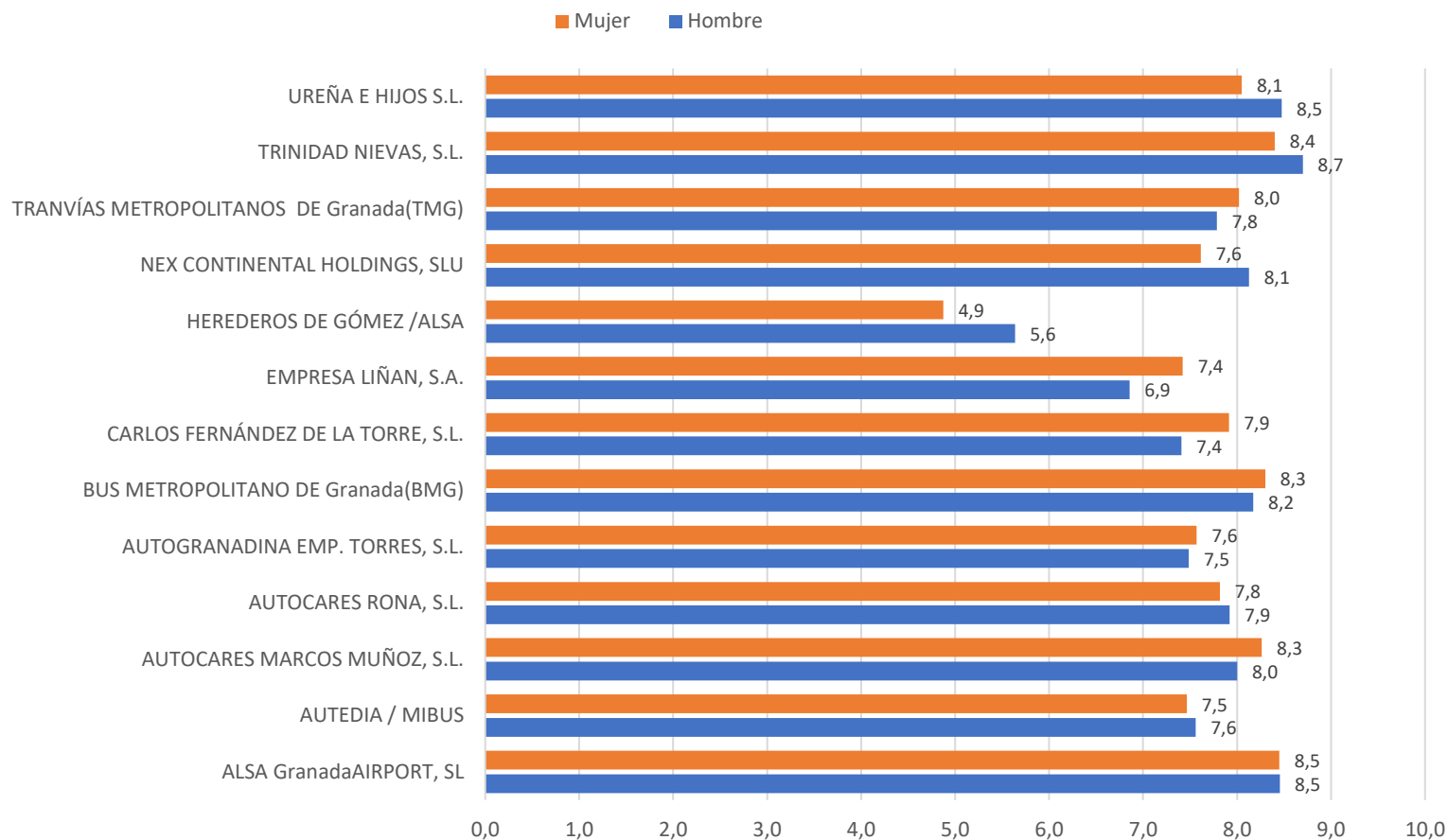


Ilustración 59. Valoración de la facilidad de acceso según operador y género

Valoración de las tarifas

VALORACIÓN DE LAS TARIFAS	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	7,0	7,9
AUTEDIA / MIBUS	7,9	8,1
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,4	7,9
AUTOCARES RONA, S.L.	6,5	6,3
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	5,9	6,7
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	6,6	7,0
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,5	6,9
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,1	6,1
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,1	4,1
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,1	6,9
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,2	7,0
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	6,3	5,9
UREÑA E HIJOS S.L.	7,8	7,7
MEDIA	6,9	6,8

Tabla 117. Valoración de las tarifas según operador y género

VALORACIÓN DE LAS TARIFAS

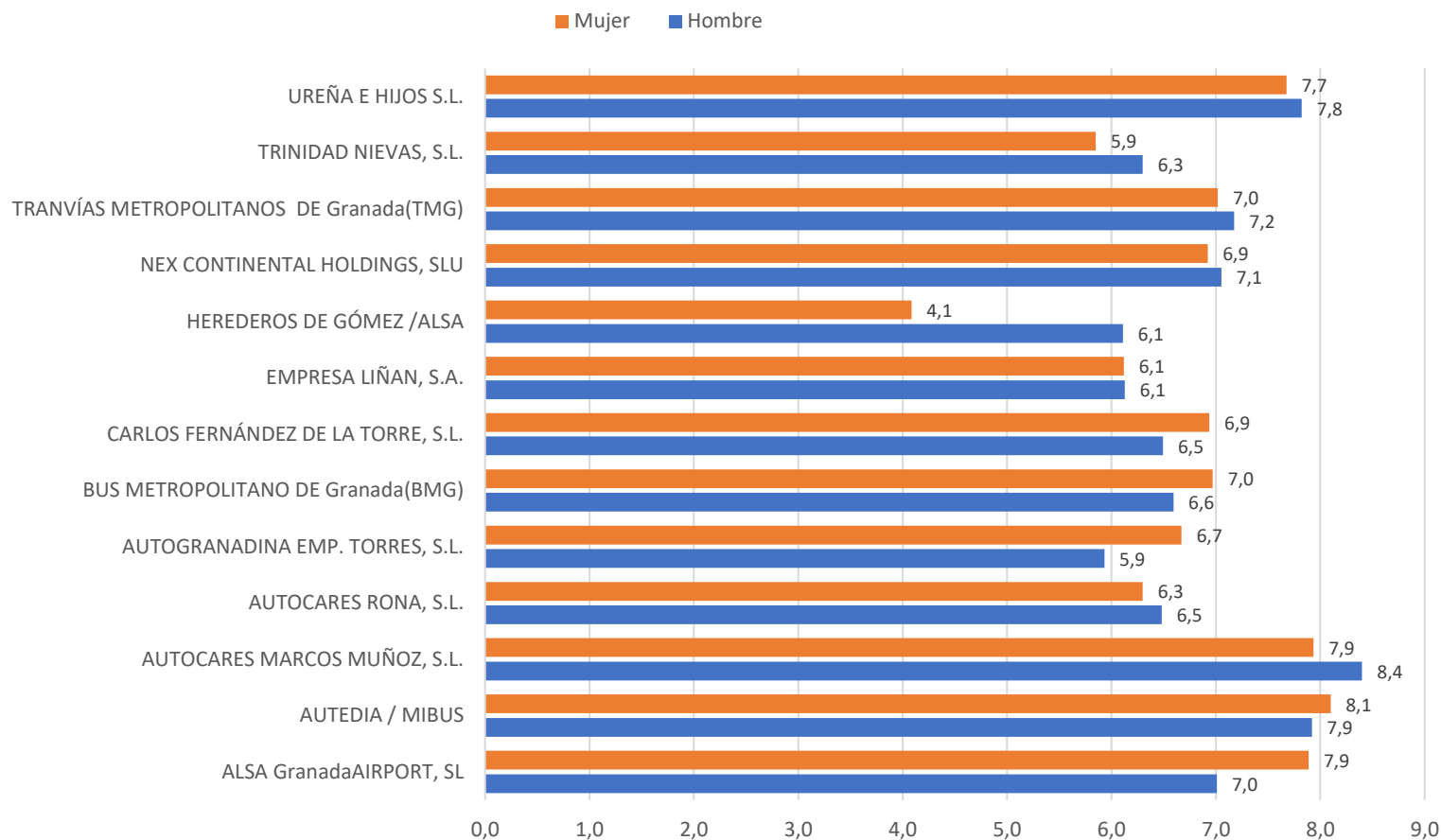


Ilustración 60. Valoración de las tarifas según operador y género

Valoración de la rapidez

VALORACIÓN DE LA RAPIDEZ	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	6,1	7,9
AUTEDIA / MIBUS	7,7	7,5
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,2	7,9
AUTOCARES RONA, S.L.	8,0	7,8
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	6,9	6,7
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,8	7,8
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,5	7,9
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,6	7,3
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	5,4	5,2
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,3	7,1
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,5	7,5
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	7,4	7,4
UREÑA E HIJOS S.L.	7,3	7,8
MEDIA	7,1	7,4

Tabla 118. Valoración de la rapidez según operador y género

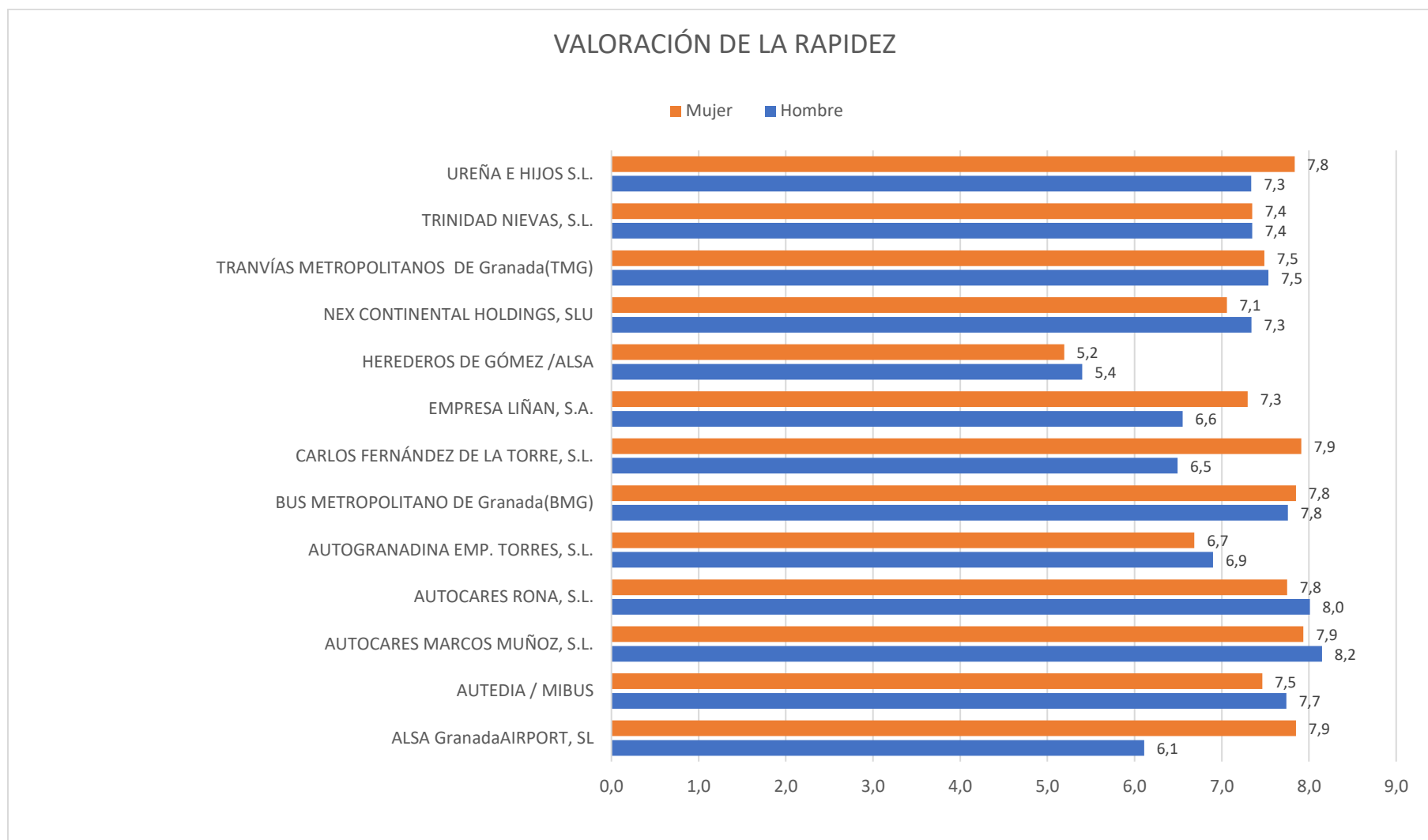


Ilustración 61. Valoración de la rapidez según operador y género

Valoración de la frecuencia

VALORACIÓN DE LA FRECUENCIA	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	5,0	5,5
AUTEDIA / MIBUS	5,0	4,7
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	6,6	7,1
AUTOCARES RONA, S.L.	6,2	5,8
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,1	6,6
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,3	7,4
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,8	7,4
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,1	6,2
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	5,9	3,9
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	6,1	6,1
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	6,8	6,9
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	5,1	5,3
UREÑA E HIJOS S.L.	6,5	6,3
MEDIA	6,2	6,1

Tabla 119. Valoración de la frecuencia según operador y género

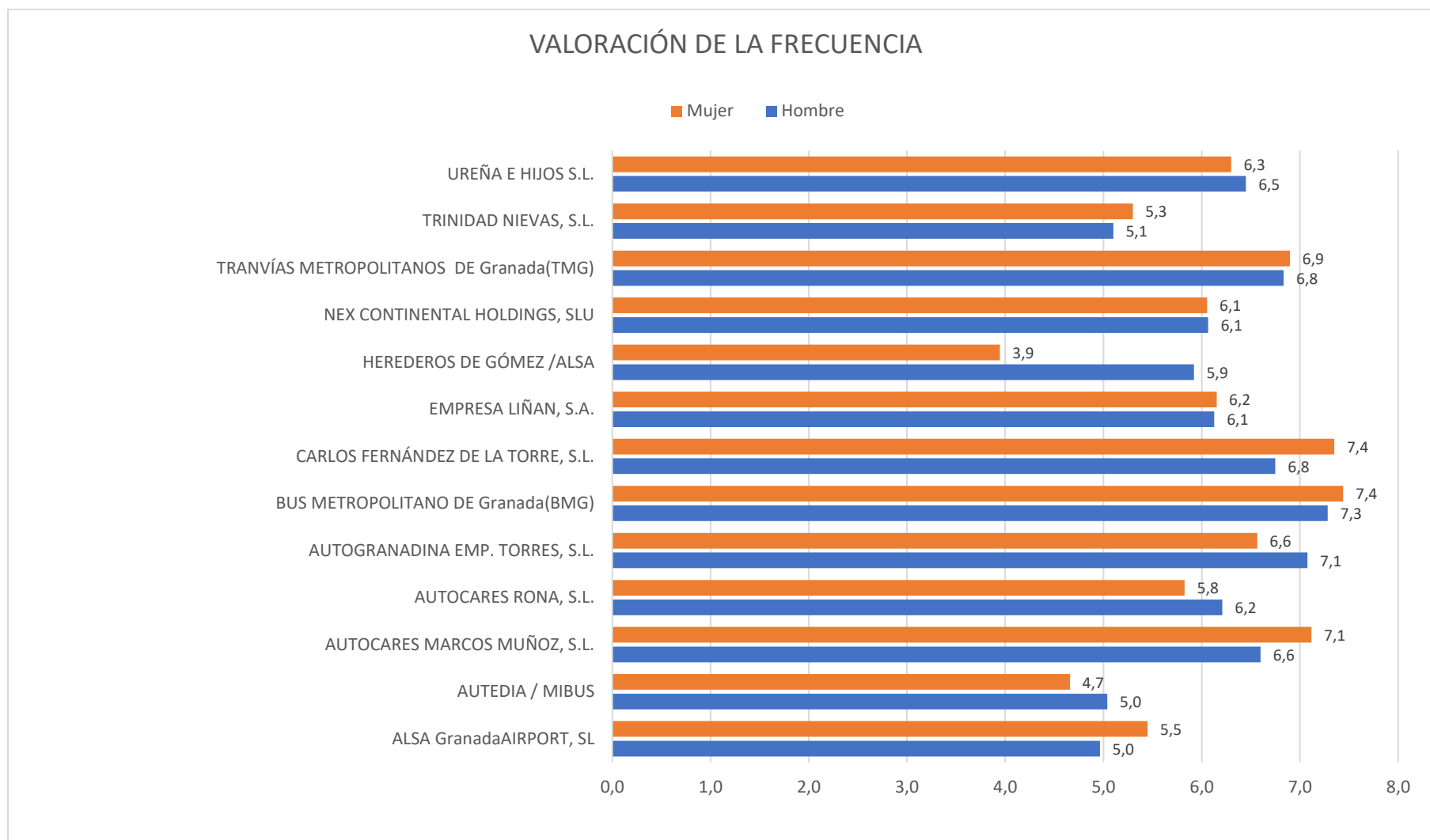


Ilustración 62. Valoración de la frecuencia según operador y género

Valoración de la proximidad

VALORACIÓN DE LA PROXIMIDAD	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	7,4	8,5
AUTEDIA / MIBUS	7,0	7,9
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	8,1	7,9
AUTOCARES RONA, S.L.	7,7	7,7
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,3	7,0
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,9	7,9
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,9	8,0
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,6	7,4
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	6,7	6,4
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	7,5	7,5
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,6	7,8
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	7,4	8,1
UREÑA E HIJOS S.L.	8,5	8,6
MEDIA	7,4	7,8

Tabla 120. Valoración de la proximidad según operador y género

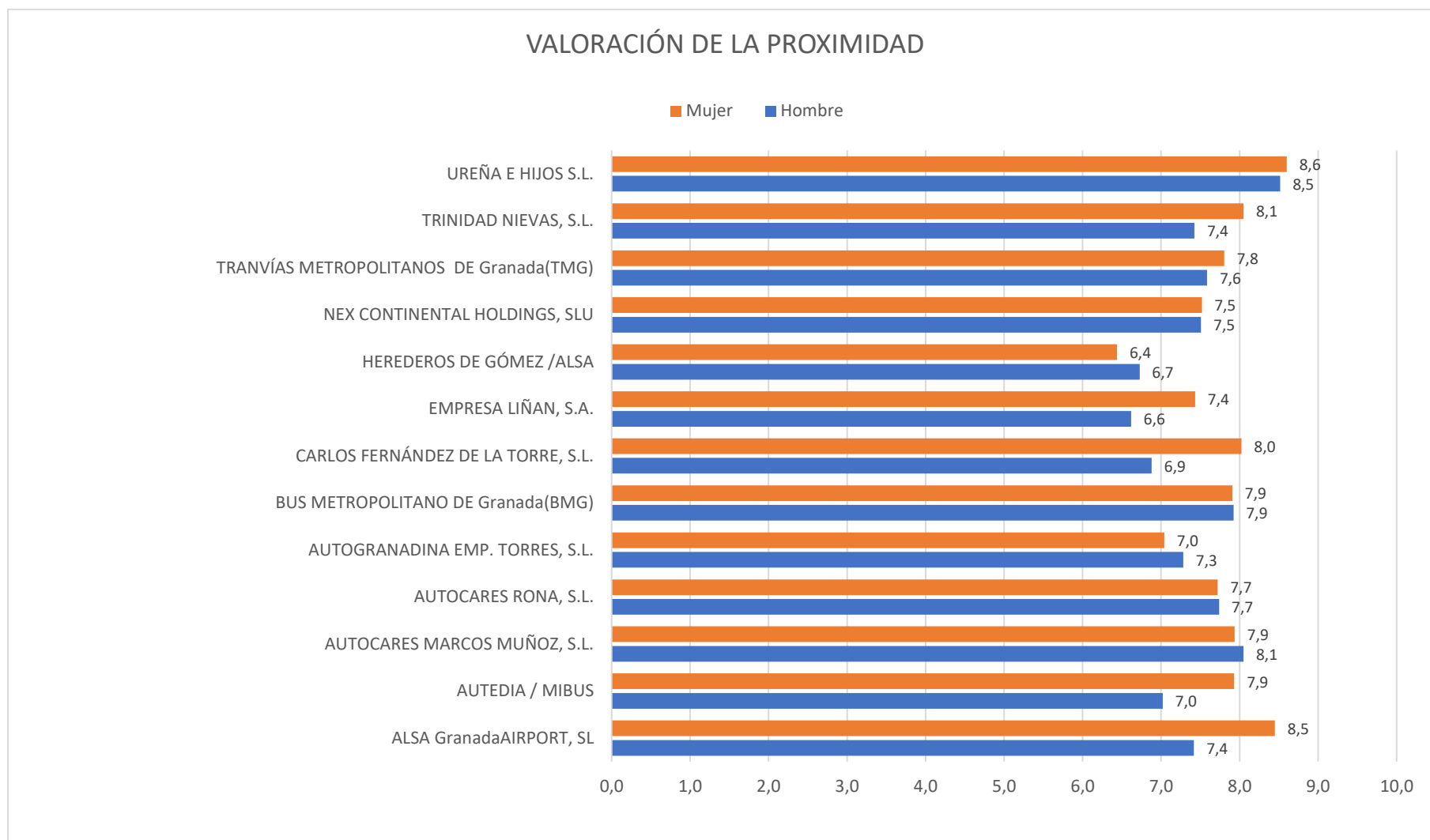


Ilustración 63. Valoración de la proximidad según operador y género

Valoración de los horarios

VALORACIÓN DE HORARIOS	Hombre	Mujer
ALSA GranadaAIRPORT, SL	5,0	6,0
AUTEDIA / MIBUS	5,6	6,0
AUTOCARES MARCOS MUÑOZ, S.L.	7,5	7,3
AUTOCARES RONA, S.L.	6,7	6,3
AUTOGRANADINA EMP. TORRES, S.L.	7,1	7,0
BUS METROPOLITANO DE Granada(BMG)	7,3	7,4
CARLOS FERNÁNDEZ DE LA TORRE, S.L.	6,6	7,2
EMPRESA LIÑAN, S.A.	6,5	6,9
HEREDEROS DE GÓMEZ /ALSA	5,4	4,5
NEX CONTINENTAL HOLDINGS, SLU	6,5	6,1
TRANVÍAS METROPOLITANOS DE Granada(TMG)	7,2	7,0
TRINIDAD NIEVAS, S.L.	5,3	5,7
UREÑA E HIJOS S.L.	6,7	7,0
MEDIA	6,4	6,5

Tabla 121. Valoración de los horarios según operador y género

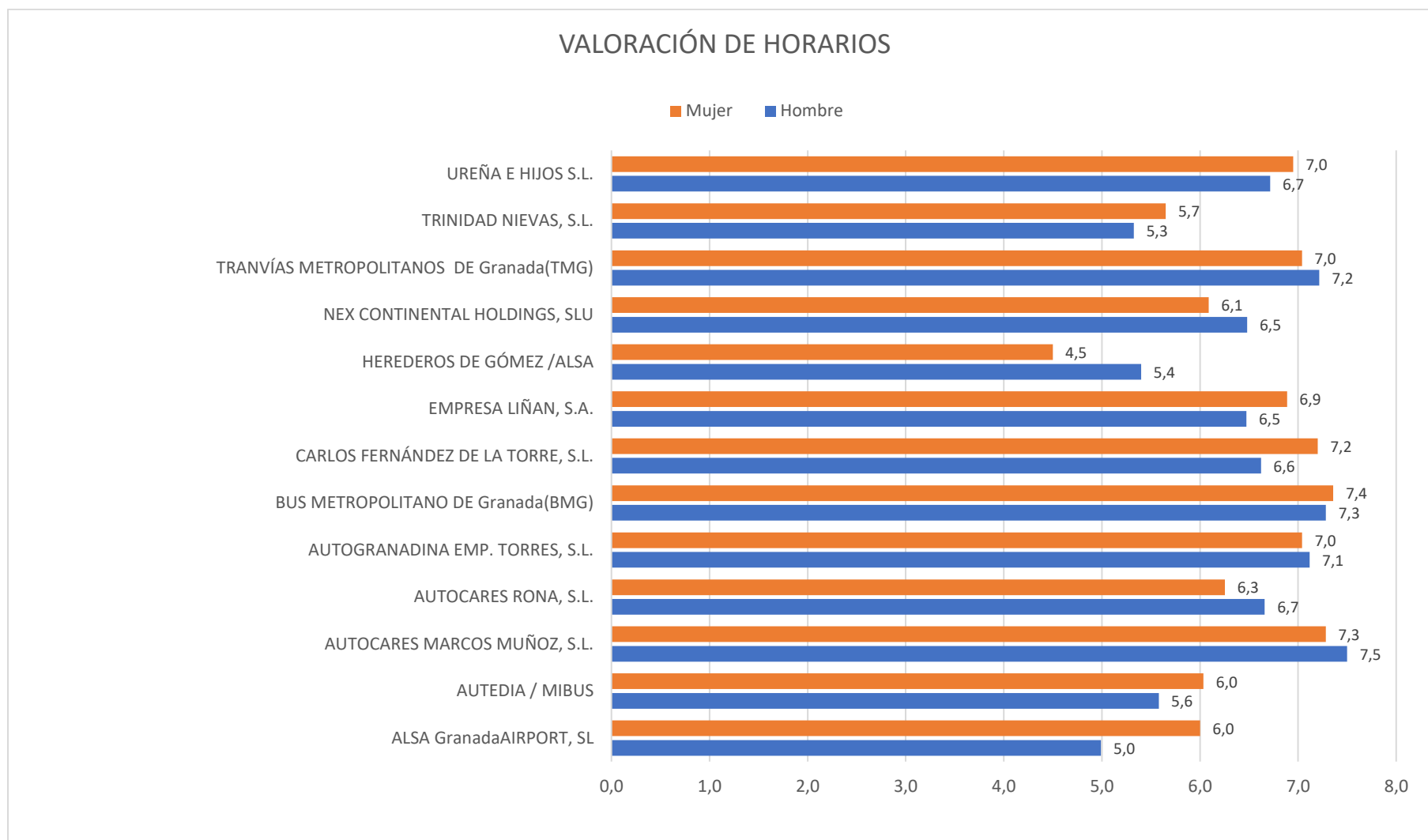


Ilustración 64. Valoración de los horarios según operador y género

5. ANEJO 1: CUESTIONARIOS UTILIZADOS

5.1. METRO



Buenos días/tardes, la empresa _____ está realizando un estudio para el Consorcio de Transportes Metropolitano, Área de Granada sobre el servicio de autobuses y Metro de Granada. Le agradecería que colabore con nosotros contestando unas preguntas. Sus respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad, según la Ley de secreto estadístico y solamente se hará uso de sus respuestas de forma agregada para uso estadístico y no individualmente. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre del encuestador _____ Lugar donde se realiza la encuesta _____ Sentido del viaje _____ Hora de realización de la encuesta (HH:MM) _____ Operador _____
Metro de Granada

¿De dónde viene? (Dirección exacta)

¿A dónde va? (Dirección exacta)

1 Municipio de origen

3 Municipio de destino

2 Barrio / Núcleo de población

4 Barrio / Núcleo de población

M.1 ¿Realizaba este viaje con anterioridad a la puesta en marcha del Metro de Granada?

- ☐ Sí, utilizaba diferentes modos dependiendo de la ocasión (pasar a M.2) ☐ No reside en Granada
☐ Sí, tenía que concatenar varios modos para poder realizar este viaje (pasar a M.2) ☐ El Metro funciona desde que reside en Granada
☐ No (indicar motivo y pasar a pregunta 5) ☐ Antes no realizaba este viaje
☐ Otros motivos:

M.2 ¿Qué modos de transporte utilizaba anteriormente para realizar este viaje? (Marcar orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Andando	Vehículo privado conductor	Vehículo privado acompañante	Autobús urbano	Autobús interurbano	Bicicleta	Otros
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Indicar líneas: _____

5 Modos complementarios de acceso (Resp. múltiple)

6 Modos complementarios de salida (Resp. múltiple)

- ☐ Andando
☐ Metro
☐ Autobús urbano
☐ Autobús interurbano
☐ Ferrocarril
☐ Vehículo privado conductor
☐ Vehículo privado acompañante
☐ Motocicleta
☐ Bicicleta
☐ Taxi
☐ VMP
☐ Otros: _____

- ☐ Andando
☐ Metro
☐ Autobús urbano
☐ Autobús interurbano
☐ Ferrocarril
☐ Vehículo privado conductor
☐ Vehículo privado acompañante
☐ Motocicleta
☐ Bicicleta
☐ Taxi
☐ VMP
☐ Otros: _____

7 ¿Podría realizar este viaje en vehículo privado?

- ☐ Sí (pasar a la 8) ☐ No (pasar a la 9) ☐ NS/NC (pasar a la 9)

8 ¿Por qué utiliza transporte público en esta ocasión? (Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Precio	Falta de aparcamiento	Comodidad	No dispongo de carnet de conducir	Rapidez	Frecuencia	Razones ecológicas	El vehículo lo usa otra persona	El vehículo está en el taller	Congestión del tráfico	Otra razón
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Otra razón (indique cuál): _____

9 ¿Podría decirnos cuál es el motivo de su viaje? (Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Trabajo	Médico	Asunto	Estudios	Ocio	Acompañante	Compras	Gestiones	Otros
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Otros (indique cuál): _____

10 ¿Cuántos días de la semana utiliza este modo de transporte? 11 Su trayecto en este modo de transporte suele ser de...

- | | |
|---|---|
| ☐ Casi a diario (4 o más días a la semana) | ☐ Ida y vuelta |
| ☐ Frecuentemente (de 1 a 3 días a la semana) | ☐ Sólo desde esta parada |
| ☐ Ocasionalmente (de 1 a 3 días al mes) | ☐ Sólo hacia esta parada |
| ☐ Esporádicamente (menos de 1 vez al mes) | ☐ NS/NC |
| ☐ NS/NC | ☐ Otra situación: |

12 ¿Qué tipo de billete o título de transporte utiliza en este viaje?

- | | |
|--|--|
| ☐ Tarjeta Metro | ☐ Tarjeta 1 día Metro |
| ☐ Billete sencillo (un viaje) Metro | ☐ Tarjeta Consorcio |
| ☐ Billete Ida y Vuelta Metro | ☐ Otros: |

13 Considera que el servicio público de metro es...

- ☐ Bueno
☐ Malo
☐ Normal
☐ Muy malo
☐ Muy bueno
☐ NS/NC

14 Con relación a la gestión de los transportes del SP que realiza el Consorcio, ¿podría decirnos si está?

- ☐ Satisfecho
☐ Poco satisfecho
☐ Muy satisfecho
☐ Nada satisfecho
☐ Bastante satisfecho
☐ NS/NC

15 En una escala de 0 a 10 nos gustaría que nos diese su CALIFICACIÓN sobre los siguientes aspectos del servicio

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Información	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Puntualidad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Trato del personal de las estaciones de metro (amabilidad)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Limpieza en el interior de metro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Espacio en el interior del metro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Temperatura en el interior (frío/calor)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Facilidad de acceso y salida del metro	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Rapidez	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Frecuencia o número de servicios diarios	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Proximidad de las paradas a su origen o destino	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Horarios (horas de funcionamiento del servicio)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16 ¿Qué 3 aspectos, de todos los que hemos comentado en la pregunta anterior, elegiría cómo los más importantes para usted?
(NOTA IMPORTANTE Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Información	Puntualidad	Seguridad a bordo	Trato del personal	Limpieza	Espacio	Temperatura	Facilidad de acceso	Tarifas	Rapidez	Frecuencia	Proximidad a paradas	Horarios
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17 Si lo desea, describa brevemente qué mejoras realizaría usted en el servicio. Indique en que línea:

Línea	Mejoras en el servicio

18 ¿Le ha afectado la reordenación de líneas de los Autobuses Urbanos de Granada?

☐ Sí (pasar a la 19) ☐ No (pasar a la 21) ☐ NS/NC (pasar a la 21)

19 ¿En qué le ha afectado?

20 Por favor, valore en una escala de 0 a 10 el grado en que le ha afectado dicha reordenación

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

21 ¿Le ha afectado la puesta en marcha del Metro de Granada?

☐ Sí (pasar a la 22) ☐ No (pasar a la 23) ☐ NS/NC (pasar a la 23)

22 ¿En qué le ha afectado?

23 Por favor, valore en una escala de 0 a 10 el grado en que le ha afectado dicha puesta en marcha

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

24 ¿Cómo se informa del servicio de transporte que está utilizando (horarios, tarifas, recorridos, incidencias,...)?

☐ Información que hay en las paradas ☐ Noticias y anuncios del autobús
☐ Conductor ☐ Prensa
☐ Radio / TV ☐ Internet
☐ Redes sociales ☐ App dispositivos móviles
☐ Otros: ☐ NS/NC

25 ¿Conoce la existencia de los medios de información que pone el Consorcio a disposición de los usuarios?

25.a Web (www.ctagr.com): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
25.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
25.c Atención al público en las oficinas del Consorcio: ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC

26 ¿Los ha utilizado alguna vez para informarse del servicio?

26.a Web (www.ctagr.com): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
26.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
26.c Atención al público en las oficinas del Consorcio: ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC

27 Califíque estos servicios

27.a Web (www.ctagr.com):
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

27.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65):
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

27.c Atención al público en las oficinas del Consorcio:
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Datos demográficos

28 ¿Suele llevar activo algunos de los siguientes ajustes en su dispositivo móvil?

☐ Bluetooth ☐ No dispongo de dispositivo móvil
☐ Wifi ☐ NS/NC
☐ Datos móviles

29 Edad

☐ De 18 a 30 años
☐ De 31 a 60 años
☐ Más de 61 años
☐ NS/NC

30 Sexo

☐ Hombre
☐ Mujer
☐ NS/NC

5.2. AUTOBUSES

Buenos días/tardes, la empresa _____ está realizando un estudio para el Consorcio de Transportes Metropolitanos, Área de Granada sobre el servicio de autobuses y Metro de Granada. Le agradecería que colabore con nosotros contestando unas preguntas. Sus respuestas serán tratadas con absoluta confidencialidad, según la Ley de secreto estadístico y solamente se hará uso de sus respuestas de forma agregada para uso estadístico y no individualmente. GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Nombre del encuestador		Lugar donde se realiza la encuesta		Sentido del viaje	
Operador					
☐ Bus Metropolitano de Granada (BMG)	☐ Carlos Fernández de la Torre	☐ Nex Continental Holdings SLU			
☐ Autocares FRAMAR SL	☐ Empresa Liñán SA	☐ Autocares Rona SL			
☐ ALSA Granada Airport SL	☐ Herederos de Gómez / ALSA	☐ AUTEDIA / MIBUS			
☐ Autocares Marcos Muñoz SL	☐ Transportes Arana SL	☐ Ureña e Hijos SL			
☐ Autocares Martín Corral SL	☐ Tranvías Metropolitanos de Granada SLU	☐ Metro de Granada			
☐ Autogranadina Emp. Torres SL	☐ Trinidad Nieves SL	☐ NS/NC			
Línea		Hora de realización de la encuesta (HH:MM)			

¿De dónde viene? (Dirección exacta)

¿A dónde va? (Dirección exacta)

1 Municipio de origen

3 Municipio de destino

2 Barrio / Núcleo de población

4 Barrio / Núcleo de población

5 Modos complementarios de acceso (Resp. múltiple)

6 Modos complementarios de salida (Resp. múltiple)

- ☐ Andando
☐ Metro
☐ Autobús urbano
☐ Autobús interurbano
☐ Ferrocarril
☐ Vehículo privado conductor
☐ Vehículo privado acompañante
☐ Motocicleta
☐ Bicicleta
☐ VMP
☐ Taxi
☐ Otros: _____

- ☐ Andando
☐ Metro
☐ Autobús urbano
☐ Autobús interurbano
☐ Ferrocarril
☐ Vehículo privado conductor
☐ Vehículo privado acompañante
☐ Motocicleta
☐ Bicicleta
☐ VMP
☐ Taxi
☐ Otros: _____

7 ¿Podría realizar este viaje en vehículo privado?

- ☐ Sí (pasar a la 8) ☐ No (pasar a la 9) ☐ NS/NC (pasar a la 9)

8 ¿Por qué utiliza transporte público en esta ocasión? (Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Precio	Falta de aparcamiento	Comodidad	No dispongo de carnet de conducir	Rapidez	Frecuencia	Razones ecológicas	El vehículo lo usa otra persona	El vehículo está en el taller	Congestión del tráfico	Otra razón
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Otra razón (indique cuál): _____

9 ¿Podría decirnos cuál es el motivo de su viaje? (Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Trabajo	Médico	Asunto	Estudios	Ocio	Acompañante	Compras	Gestiones	Otros
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

Otros (indique cuál): _____

10 ¿Cuántos días de la semana utiliza este modo de transporte? **11 Su trayecto en este modo de transporte suele ser de...**

- | | |
|---|---|
| ☐ Casi a diario (4 o más días a la semana) | ☐ Ida y vuelta |
| ☐ Frecuentemente (de 1 a 3 días a la semana) | ☐ Sólo desde esta parada |
| ☐ Ocasionalmente (de 1 a 3 días al mes) | ☐ Sólo hacia esta parada |
| ☐ Esporádicamente (menos de 1 vez al mes) | ☐ NS/NC |
| ☐ NS/NC | ☐ Otra situación: |

12 ¿Qué tipo de billete o título de transporte utiliza en este viaje?

- ☐ Tarjeta del Consorcio
- ☐ Billete sencillo del Consorcio
- ☐ Billete sencillo externo (no es del Consorcio)
- ☐ Billete de ida y vuelta (no es del Consorcio - sólo disponible para algunos operadores)
- ☐ Tarjeta para Mayores de 65 años de la Junta de Andalucía
- ☐ Otros: _____

13 Considera que el servicio público de autobús metropolitano es...

- ☐ Bueno
- ☐ Malo
- ☐ Normal
- ☐ Muy malo
- ☐ Muy bueno
- ☐ NS/NC

14 Con relación a la gestión de los transportes del SP que realiza el Consorcio, ¿podría decirnos si está?

- ☐ Satisfecho
- ☐ Poco satisfecho
- ☐ Muy satisfecho
- ☐ Nada satisfecho
- ☐ Bastante satisfecho
- ☐ NS/NC

15 En una escala de 0 a 10 nos gustaría que nos diese su CALIFICACIÓN sobre los siguientes aspectos del servicio

	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	NS/NC
Información	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Puntualidad	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Seguridad a bordo (en lo referente a la conducción)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Trato de los conductores (amabilidad)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Limpeza en el interior de los autobuses	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Espacio en el interior de los autobuses	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Temperatura en el interior (frío/calor)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Facilidad de acceso y salida del autobús	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Tarifas (precios de los billetes o tarjetas)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Rapidez	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Frecuencia o número de servicios diarios	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Proximidad de las paradas a su origen o destino	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
Horarios (horas de funcionamiento del servicio)	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

16 ¿Qué 3 aspectos, de todos los que hemos comentado en la pregunta anterior, elegiría cómo los más importantes para usted?
(NOTA IMPORTANTE Marcar el orden de respuesta 1º, 2º o 3º en su caso)

	Información	Puntualidad	Seguridad a bordo	Trato del personal	Limpeza	Espacio	Temperatura	Facilidad de acceso	Tarifas	Rapidez	Frecuencia	Proximidad a paradas	Horarios
1º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
3º	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

17 Si lo desea, describa brevemente qué mejoras realizaría usted en el servicio. Indique en que línea:

Línea	Mejoras en el servicio

18 ¿Le ha afectado la reordenación de líneas de los Autobuses Urbanos de Granada?

☐ Sí (pasar a la 19) ☐ No (pasar a la 21) ☐ NS/NC (pasar a la 21)

19 ¿En qué le ha afectado?

20 Por favor, valore en una escala de 0 a 10 el grado en que le ha afectado dicha reordenación

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

21 ¿Le ha afectado la puesta en marcha del Metro de Granada?

☐ Sí (pasar a la 22) ☐ No (pasar a la 23) ☐ NS/NC (pasar a la 23)

22 ¿En qué le ha afectado?

23 Por favor, valore en una escala de 0 a 10 el grado en que le ha afectado dicha puesta en marcha

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

24 ¿Cómo se informa del servicio de transporte que está utilizando (horarios, tarifas, recorridos, incidencias,...)?

☐ Información que hay en las paradas ☐ Noticias y anuncios del autobús
☐ Conductor ☐ Prensa
☐ Radio / TV ☐ Internet
☐ Redes sociales ☐ App dispositivos móviles
☐ Otros: ☐ NS/NC

25 ¿Conoce la existencia de los medios de información que pone el Consorcio a disposición de los usuarios?

25.a Web (www.ctagr.com): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
25.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
25.c Atención al público en las oficinas del Consorcio: ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC

26 ¿Los ha utilizado alguna vez para informarse del servicio?

26.a Web (www.ctagr.com): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
26.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65): ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC
26.c Atención al público en las oficinas del Consorcio: ☐ Sí ☐ No ☐ NS/NC

27 Califíque estos servicios

27.a Web (www.ctagr.com):
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

27.b Teléfono de atención al usuario (955 03 86 65):
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

27.c Atención al público en las oficinas del Consorcio:
0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 NS/NC
☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐

Datos demográficos

28 ¿Suele llevar activo algunos de los siguientes ajustes en su dispositivo móvil?

☐ Bluetooth ☐ No dispongo de dispositivo móvil
☐ Wifi ☐ NS/NC
☐ Datos móviles

29 Edad

☐ De 18 a 30 años
☐ De 31 a 60 años
☐ Más de 61 años
☐ NS/NC

30 Sexo

☐ Hombre
☐ Mujer
☐ NS/NC

6. ANEJO 2: FICHA TÉCNICA DE LA ENCUESTA

Universo: Usuarios del servicio de autobuses metropolitanos dependientes del Consorcio de Transporte Metropolitano y usuarios del Metropolitano de Granada.

Ámbito: Área Metropolitana de Granada.

Muestra: Se ha recogido la opinión, de 1.823 usuarios del servicio (1.312 para el servicio de autobuses y 511 para el Metro de Granada).

Nota: El tamaño de la muestra ha sido calculado de manera global, las conclusiones obtenidas en los resultados detallados deben ser consideradas como conclusiones de carácter descriptivo y, en cualquier caso, como hipótesis para iniciar un estudio en profundidad.

Selección: Aleatoria a partir de cuotas por línea.

Cuestionario: Estructurado.

Entrevista: Personal.

Fecha de realización del Trabajo de Campo: Del 25 al 29 de octubre de 2021.

Realización: OLIMICHAT, S.L.

Se utiliza el método de estimación de la media de una variable continua en poblaciones infinitas.

Técnica más adecuada cuando el objetivo principal del estudio es estimar la media de una variable de naturaleza continua medida en una única muestra.

Posibles objetivos del cálculo del tamaño de muestra:

- Determinar n (Tamaño de Muestra para conseguir determinada precisión)
- Determinar ω (Precisión obtenida para determinado Tamaño de Muestra)

Detalles técnicos

Basado en el Intervalo de confianza para una variable Normal

Parámetros necesarios:

- γ (0,1) Nivel de confianza: Gamma, $1-\alpha$, (valor recomendado: 0.95)
- c 1,2 Unilateral / Bilateral (valor recomendado: 2)
- σ >0 Desviación típica
- ab (0,0.5) Porcentaje esperado de abandonos

Parámetros respuesta:

- n ≥ 2 Tamaño de muestra
- nr ≥ 2 Tamaño de muestra a reclutar (corregido por posibles abandonos)
- ω > 0 Precisión

Fórmula para el tamaño de muestra:

$$n = \left(Z_{1-\alpha/2} \frac{\sigma}{\omega} \right)^2$$

Fórmula para la precisión:

$$\omega = Z_{1-\alpha/2} \frac{\sigma}{\sqrt{n}}$$

La muestra supone, en el caso de los usuarios de autobuses, un error del 2,76% a nivel global y de un 5% en el caso de los usuarios del metropolitano, en ambos casos para un nivel de confianza del 95,5% y el supuesto de máxima indeterminación estadística ($p=q=0,5$).

Otros detalles:

Las fórmulas utilizadas se basan en la suposición de que la variable de interés sigue una distribución Normal. Por este motivo si la variable no cumple este requisito, las fórmulas son aproximaciones asintóticas, generalmente aceptables con tamaños de muestra > 30 .

7. ANEJO 3: ANÁLISIS DEL CAMBIO MODAL GENERADO POR EL METROPOLITANO

7.1. INTRODUCCIÓN Y OBJETO

El metro de Granada fue oficialmente inaugurado el 21 de septiembre de 2017.

El Consorcio de Transportes de Granada ha realizado una encuesta de satisfacción de los clientes de los servicios metropolitanos de autobús. Dicho trabajo ha contemplado, por tercera vez, la realización de encuestas a clientes de metro.

En esta encuesta a usuarios de metro se han introducido una serie de preguntas que permitan estimar el cambio modal que ha producido la puesta en funcionamiento del metro. Concretamente se ha preguntado, aparte de las preguntas origen – destino de viaje o el modo de acceso y dispersión, sobre el modo de transporte utilizado anterior al metro, lo cual ha permitido realizar una estimación sobre la repercusión que ha tenido el metro en el resto de modos de transporte.

La muestra recopilada entre los días 25 y 29 de octubre ha sido la siguiente:

ESTACIÓN	MUESTRA	%
Alcázar de Genil	103	20%
Estación de Ferrocarril	104	20%
Recogidas	203	40%
Villarejo	101	20%
Total general	511	100%

Tabla 122. Muestra (distribución encuestas realizadas por estación)

Estas cuatro estaciones en las que se realizaron encuestas movilizan aproximadamente un cuarto del total de los accesos, si bien hay que destacar el peso específico de la de Recogidas (la de mayor afluencia del Metro).

7.2. METODOLOGÍA

Para estimar la repercusión que ha supuesto el metropolitano sobre el resto de modos de transporte se han seguido los siguientes pasos:

- Distribución de viajeros en función de la estación donde se realiza la encuesta y el modo de transporte utilizado anteriormente a la entrada en funcionamiento del metro.
- Expansión de la muestra en dos etapas; en la primera se expande la muestra recopilada al total de la demanda de las cuatro estaciones durante el mes de octubre de 2021, y en la segunda etapa se expande al total de la demanda del metro durante el mismo mes.

- La expansión directa de la muestra obtenida en estas cuatro estaciones, que son muy céntricas, a la totalidad de los usuarios del Metro puede inducir a errores ya que el comportamiento de los usuarios en las paradas periféricas es diferente a los del tramo central. Por este motivo se ha introducido un factor corrector de los viajes en pie y bicicleta (0,8) y de los viajes en bus urbano e interurbano (0,9) debido a que:
 - Los movimientos Armilla – Granada están muy penalizados por la existencia de importantes barreras a la movilidad peatonal y ciclista.
 - El servicio de transporte urbano opera exclusivamente en el término municipal de Granada.
 - El servicio de transporte interurbano tiene sus cabeceras en las proximidades de las estaciones encuestadas.

- El modo anterior de desplazamiento es una pregunta multirespuesta (modo1, modo2 y modo3), habiéndose interpretado que aquellos usuarios que contestan con más de una opción corresponden al modo anterior más habitual (modo1) o menos habituales (modo2 y modo3), por lo que se han ponderado las respuestas utilizando los coeficientes 0.7, 0.2 y 0.1 respectivamente. También puede tratarse de viajeros que utilizaban anteriormente dos o tres modos de transporte; no obstante, se ha considerado que el tener en cuenta esta concatenación de modos de transporte en lugar de los coeficientes mencionados, obligaría a realizar algunas hipótesis y los resultados no serían significativamente distintos a los del presente informe.

7.3. RESULTADOS

7.3.1. Expansión de la muestra obtenida a la demanda real de metro en el mes de octubre de 2021

Se realiza a continuación una doble expansión de la muestra consistente en:

- Las cuatro estaciones encuestadas suponen el 20,74% de la demanda total del metro en el mes de octubre de 2021, pudiéndose destacar la estación de Recogidas, la cual supone el 57,25% de la demanda de las cuatro estaciones y el 11,87% de la demanda total del metro.

ESTACIÓN	Dda. Oct. 2021	%	Dda. Total Metro Oct. 2021	% sobre Dda. Total Metro Oct. 2021
Alcázar de Genil	32.766	16,50%	957.763	3,42%
Estación de Ferrocarril	20.023	10,08%		2,09%
Recogidas	113.704	57,25%		11,87%
Villarejo	32.118	16,17%		3,35%
Total general	198.611	100%		20,74%

Tabla 123. % viajeros estación sobre demanda total (Estaciones encuestadas y Total Metro) (Oct. 2021)

ESTACIONES	Viajeros Octubre 2021	%	% Total Muestra
ALBOLOTE	41.960	4,38%	
JUNCARIL	8.330	0,87%	
VICUÑA	2.557	0,27%	
ANFITEATRO	17.694	1,85%	
MARACENA	29.904	3,12%	
CERRILLO MARACENA	12.076	1,26%	
JAÉN	22.427	2,34%	
ESTACIÓN AUTOBUSES	51.573	5,38%	
ARGENTINITA	16.016	1,67%	
LUIS AMADOR	11.777	1,23%	
VILLAREJO	32.118	3,35%	16,17%
CALETA	74.875	7,82%	
ESTACIÓN FERROCARRIL	20.023	2,09%	10,08%
UNIVERSIDAD	43.236	4,51%	
MÉNDEZ NÚÑEZ	76.280	7,96%	
RECOGIDAS	113.704	11,87%	57,25%
ALCÁZAR GENIL	32.766	3,42%	16,50%
HÍPICA	49.132	5,13%	
ANDRÉS SEGOVIA	24.798	2,59%	
PALACIO DEPORTES	36.091	3,77%	
NUEVO LOS CÁRMENES	13.061	1,36%	
DÍLAR	22.745	2,37%	
PARQUE TECNOLÓGICO	39.866	4,16%	
SIERRA NEVADA	73.134	7,64%	
FERNANDO DE LOS RÍOS	26.295	2,75%	
ARMILLA	56.058	5,85%	
VIAJES ENTRADA DESCONOCIDA	2	0,00%	
VIAJES SIN ENTRADA	9.265	0,97%	
TOTALES	957.763	100%	100%

Tabla 124. Dda. Total viajeros por estación (Octubre 2021)

- La primera expansión consiste en multiplicar la muestra obtenida en cada estación por el coeficiente que resulta de dividir la demanda total de las cuatro estaciones entre la demanda de cada estación (coef 1).
- La segunda expansión consiste en multiplicar la expansión resultante de multiplicar la muestra x coef_1 por un segundo coeficiente que eleve la demanda de las cuatro estaciones a la demanda total (coef_2 = $1/20,74\% = 4,82$).

ESTACIONES	% Viajeros	Coef 1	Expansión 1	Coef 2	Expansión 2
Villarejo	3,35%	311,83	32.118	4,82	154.883
Estación Ferrocarril	2,09%	192,53	20.023	4,82	96.557
Recogidas	11,87%	560,12	113.704	4,82	548.315
Alcázar Genil	3,42%	324,42	32.766	4,82	158.008
Total general	20,74%		198.611		957.763

Tabla 125. Cálculo coeficientes de expansión

7.3.2. El cambio modal

Como resultado de sumar todas las respuestas a Modo 1, Modo 2 y Modo 3 , ponderadas por los coeficientes 0.7, 0.2 y 0.1 respectivamente; y por los coeficientes de expansión 1 y 2 obtenidos anteriormente, se obtienen los siguientes resultados:

ESTACIONES	Andando	Bicicleta	Autobús Urbano	Autobús Interurbano	V. Privado	No Viaje	TOTAL
Villarejo	9.669	637	16.792	5.819	10.427	111.540	154.883
E. Ferrocarril	6.028	397	10.468	3.628	6.500	69.536	96.557
Recogidas	34.229	2.253	59.446	20.602	36.912	394.873	548.315
Alcázar Genil	9.864	649	17.130	5.937	10.637	113.790	158.008
Total general	59.790	3.936	103.836	35.986	64.476	689.739	957.763

Tabla 126. Cambio modal

Finalmente, y tal como se explica en el apartado de Metodología se aplica un coeficiente corrector que tiene en cuenta la mayor centralidad de las estaciones encuestadas, de valor 0,8 para los viajes a pie y en bicicleta y 0,9 para los viajes en bus urbano e interurbano, dando los siguientes resultados de cambio modal:

MODO	Etapas Oct 2021	%
Andando	47.832	19,8%
Bicicleta	3.149	1,3%
Autobús Urbano	93.452	38,7%
Autobús Interurbano	32.388	13,4%
V. Privado	64.476	26,7%
Total general	241.296	100%

Tabla 127. Cambio modal corregido (Factor corrector)

7.3.1. Análisis de resultados

Los resultados anteriores muestran que la puesta en funcionamiento del metro ha supuesto un fuerte cambio en las pautas de movilidad de muchas personas, que han cambiado de modo habitual de desplazamiento, desde el autobús, el viaje a pie y el vehículo privado, por el nuevo modo de transporte.

Especialmente alentador se considera el significativo porcentaje de usuarios de metro que provienen del vehículo privado debido a todos los efectos positivos sobre la funcionalidad del sistema de transporte y la calidad del aire que esto genera, entre otros beneficios.

Los resultados de cambio modal desde el vehículo particular y el autobús son consistentes con la evidencia empírica de los datos de aforo y de demanda de las empresas de transporte público.