

CONDICIONES TÉCNICAS PARA LA REALIZACIÓN DE ESTUDIOS DE OPINION DE METRO DE MADRID, S.A.



Mayo 2017

ÍNDICE

Pág.

1	OBJETO DEL CONTRATO.....	5
2	ALCANCE DE LOS TRABAJOS	6
2.1	LOTE 1: ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO	6
2.1.1	METODOLOGÍA.....	6
	Muestreo	6
	Composición del cuestionario	7
	Recogida de datos	9
	Periodos horarios	9
2.1.2	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	10
	Tratamiento de incidencias	10
	Resultado de la encuesta. Tablas	10
	Análisis de resultados	12
2.2	LOTE 2: ENCUESTA DE IMAGEN	15
2.2.1	METODOLOGÍA.....	15
	Trabajo de campo	15
	Segmentación de la muestra.....	15
	Desarrollo del estudio	16
2.2.2	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	17
	Tratamiento de incidencias	17
	Resultado de la encuesta. Tablas	18
2.3	LOTE 3: ENCUESTA DE SEGURIDAD PERSONAL.....	19
2.3.1	METODOLOGÍA.....	19
	Composición del cuestionario	19
	Muestreo	20
	Periodos horarios	21
	Recogida de datos.	21
2.3.2	TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN.....	21
	Tratamiento de incidencias	22

Resultado de la encuesta. Tablas	22
Informe de resultados	23
Análisis de resultados	24
2.4 LOTE 4: ENCUESTA DE INFORMACIÓN GENERAL	25
2.4.1 METODOLOGÍA.....	25
Composición del cuestionario	25
Muestreo	25
Periodos horarios	26
Recogida de datos.	26
2.4.2 . TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	27
Resultado de la encuesta. Tablas	27
Informe de resultados	28
Tratamiento de incidencias	28
2.5 LOTE 5 ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC	30
2.5.1 METODOLOGÍA.....	30
Periodos horarios	30
Recogida de datos	31
2.5.2 . TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN	31
Tratamiento de incidencias	31
Resultado de la encuesta. Tablas	31
Informe de resultados	32
3 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO	34
4 SISTEMA DE MUESTREO	35
Cuotas de selección (Lotes 1,3 y 4)	35
5 RECURSOS HUMANOS.....	36
Personal encuestador (Lotes 1,3 y 4)	36
Actitud de los encuestadores e inspectores de campo	36
6 SUPERVISION DEL TRABAJO DE CAMPO	37
Control de las entrevistas y depuración de los resultados	37

Tratamiento de incidencias	38
Secreto estadístico y difusión de los resultados.....	38
7 FECHA DE TOMA DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS .	40
8 MEJORAS PROPUESTAS	42
9 ANEXOS	43
9.1 Cuestionarios	43
9.2 Distribución espacial de la muestra por líneas	69
9.3 Zonas	76

1 OBJETO DEL CONTRATO

El objeto del presente pliego es la contratación de diversos **estudios** de opinión del usuario respecto a distintos aspectos del servicio ofrecido por **Metro de Madrid, S.A**

El objetivo común es la investigación cuantitativa sobre distintos aspectos de servicio que permitan la obtención de información que facilite la toma de decisiones y la posibilidad de identificar mejoras en el servicio prestado.

Teniendo en cuenta lo anteriormente expuesto, el contenido de las ofertas tiene que estar constituido por la descripción y valoración de los trabajos de acuerdo a la metodología y plazos requeridos en el presente documento.

En concreto las encuestas objeto del pliego son:

- LOTE 1: Encuesta de percepción del servicio (Presencial)
- LOTE 2: Encuesta de imagen (on-line)
- LOTE 3: Encuesta de Seguridad (presencial)
- LOTE 4: Encuesta de información general (presencial)
- LOTE 5: Encuesta de funcionamiento del CIAC (telefónica)

2 ALCANCE DE LOS TRABAJOS

El alcance de esta licitación comprende la realización de estudios de opinión que al ser de distinta naturaleza y metodología aplicable se dividen en varios lotes. Estos estudios se realizarán de la misma forma a lo largo de 2 años con fecha prevista de inicio enero de 2018.

2.1 LOTE 1: ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

El objeto del presente lote es la realización de un estudio de opinión sobre **la percepción de calidad de servicio de Metro de Madrid, S.A.** Se llevará a cabo en 3 oleadas (Marzo/Abril, Junio/Julio y Octubre)

2.1.1 METODOLOGÍA

En cada cuestionario se preguntará por la satisfacción del servicio en conjunto del Metro y por seis de los **25 atributos** (26 en el caso de ML1 - ver Anexo) que conforman el servicio. Estos serán elegidos de forma aleatoria entre los grupos de atributos, de tal forma que haya un número equilibrado de respuestas de cada atributo y que cada cuestionario contemple atributos del mayor número posible de grupos. En el Anexo se incluye un ejemplo de los cuestionarios (diferencia entre trimestres), como aproximación al definitivo (*las últimas preguntas abiertas pueden ser modificadas*).

Muestreo

El número de respuestas mínimo necesario, para mantener unos márgenes de fiabilidad por línea adecuados, es de 5.800 en las dos primeras oleadas y de 12.540 entrevistas para la última oleada, distribuidas por las líneas, según la tabla siguiente, y luego, de manera uniforme, en estaciones de la red, según la tabla incluida en el Anexo 2 (tabla orientativa a confirmar antes del estudio). alguna de dichas estaciones podrían ser sustituidas por otras, si hubiera obras u otra circunstancia que aconsejara, a juicio de Metro, dicho cambio.

1º y 2º oleada

Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error
1	350	5,3%	7A	350	5,3%	11	350	5,3%
2	350	5,3%	MetroEste	320	5,5%	12	350	5,3%
3	350	5,3%	8	350	5,3%	Ramal	320	5,5%
4	350	5,3%	9	350	5,3%	TFM	320	5,5%
5	350	5,3%	10A	350	5,3%	ML1	320	5,5%
6	350	5,3%	MetroNorte	320	5,5%			
TOTAL.....5.800							1,3%	

3ª oleada

Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error
1	1000	3,1%	6	1000	3,1%	11	385	5,0%
2	1000	3,1%	7	1000	3,1%	12	1000	3,1%
3	1000	3,1%	8	1000	3,1%	Ramal	385	5,0%
4	1000	3,1%	9	1000	3,1%	TFM	385	5,0%
5	1000	3,1%	10	1000	3,1%	ML1	385	5,0%
TOTAL.....12.540								0.9%

Se requiere tener en cuenta las zonas en las que se divide Madrid (A1, A2, B1-ver Anexo) y ser representativas con un error máximo de $\pm 5,5\%$, y 95% de confianza.

También se requiere que sea representativa por tipo de tramo horario, tanto en hora punta como en hora valle, igualmente con un error máximo de $\pm 5,5\%$, con un 95% de confianza.

Los horarios de muestra serán:

PERIODO HORARIO	
07:00-09:30	Hora punta
09:30-14:00	Hora valle
14:00-16:00	Hora punta
16:00-18:00	Hora valle
18:00-20:00	Hora punta
20:00-22:00	Hora valle

Todo este plan de muestreo tiene que estar definido en la oferta, al menos:

- Tamaño de la muestra
- Método de selección de la muestra
- Captación y selección de los entrevistados
- Grado de fiabilidad de los resultados obtenidos para las cuotas o subgrupos
- Descripción de la metodología

Composición del cuestionario

En primer lugar, hay que realizar una pregunta previa, imprescindible en la encuesta, que inquiera sobre la pertenencia del entrevistado a la plantilla de Metro o EMT o Cercanías Renfe, ya que en caso de respuesta afirmativa no se continuará con la misma, puesto que sus opiniones podrían estar influenciadas por su profesión.

Se requieren dos tipos de cuestionario, a continuación se comentan las diferencias y los grupos de preguntas que van a dar respuesta al objetivo expuesto:

- Preguntas sobre el encuestado para comprobación de cuotas (edad, sexo nacionalidad)
- Línea habitual, en la que se realiza la encuesta y estación
- Valoración del servicio desde una perspectiva global y de la línea habitual en la que viaja
- Enumeración de aspectos más importantes.
- Enumeración de los aspectos mejorables.
- (sólo en 3ª oleada.) Importancia de cada uno de los aspectos del servicio prestado por Metro.
- Valoración de los mismos, dentro de la línea que estamos estudiando (6 de los 25 aspectos, de forma aleatoria, **uno de cada grupo de calidad**, exceptuando los grupos donde hay menos de 6 aspectos, que no tienen por qué aparecer en todos los cuestionarios.)
- (sólo 1ª y 2ª oleada.) Causas de la valoración menor de 5 ptos. en cada uno de los aspectos
- Recomendación: nivel de recomendación y el porqué.
- Incluir Expectativas en la 3ª oleada
- Preguntas sobre el encuestado (motivo viaje, frecuencia de uso)

El Anexo contiene un modelo aproximado de los cuestionarios y se estima que tiene una duración media de 5 minutos.

Todos los apartados del cuestionario no reservados para codificar deben estar cumplimentados, deberá por tanto llevarse un control estricto por parte de la empresa adjudicataria del grado de cumplimentación de las distintas preguntas de los cuestionarios. La codificación y la grabación de los cuestionarios y de los literales contenidos en los mismos correrán a cargo del adjudicatario.

También se pedirá el teléfono, a fin de realizar el retest, para asegurar la fiabilidad del estudio.

La oferta deberá contener una propuesta de distribución de los aspectos, y los diferentes cuestionarios que se van a utilizar.

Recogida de datos

Para realizar el trabajo de campo será obligatorio contar con microordenadores de mano o dispositivos portátiles (Tablet o PDA) que recogen directamente la información en soporte electrónico.

El trabajo consiste en entrevistar a una muestra de viajeros de Metro de Madrid, para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido.

La selección de los entrevistados se realizará garantizando la máxima aleatoriedad.

El adjudicatario procederá a la sustitución de jornadas o días de trabajo ante eventuales incidencias que puedan ocasionar pérdida de muestra, de modo que se mantenga el tamaño muestral fijado, y que deberá permanecer constante a lo largo de todo el periodo de encuestación.

Deberá darse a los encuestadores unas cuotas de muestreo que deberían controlar. Para ello, los encuestadores irán controlando el número de encuestas de cada categoría.

En cuanto al número de encuestas a realizar por cada encuestador, antes que realizar un número elevado de encuestas, es más importante realizar las encuestas completas y ajustándose a las cuotas señaladas anteriormente. Será requisito imprescindible cumplir con las cuotas marcadas.

Las empresas licitadoras deberán presentar:

- Forma e instrumentos utilizados para la recogida de los datos en el trabajo de campo
- Estos instrumentos, deberá acreditarse que agilizar la recogida de los datos y disminuye el riesgo de errores
- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta total sobre la representatividad de la muestra.
- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta parcial.

Periodos horarios

El periodo horario de realización de la encuesta y en todas las estaciones será de **7 a 22 horas, en todas las estaciones**

En cada uno de los lugares de encuesta deberá estar situado un encuestador con carácter general, siendo necesario un refuerzo en los periodos punta de la demanda comprendidos entre las 7⁰⁰ a 9³⁰ horas y las 18⁰⁰ a 21⁰⁰ horas.

El número de días de recogida de datos, el trabajo de campo, será de 3 días laborables en el estudio del 1ª y 2ª oleada (Marzo -Abril y Junio - Julio, y empezando un martes) y de 4 días laborables en el estudio del 3ª oleada (Octubre- Noviembre, empezando un lunes), como máximo.

Metro fijará los días y podrá modificarse si hubiera circunstancias excepcionales que lo aconsejan.

El calendario definitivo será fijado de acuerdo con la Dirección del Estudio de Metro.

2.1.2 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluido el trabajo de campo, se realizará por la empresa adjudicataria la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis. Dentro de ese fichero o como anexo, deberán indicarse el significado de los códigos que se utilizan en la grabación. Tanto el fichero de resultados como el de los cuestionarios cumplimentados se renviarán a Metro de Madrid.

Para que una encuesta se considere válida deberá estar completa, y en aquellos aspectos que no ha contestado la valoración y si la importancia (sólo en la 3ª oleada.), o viceversa, esa puntuación no se considerará válida. Hay aspectos como: Funcionamiento de Máquinas expendedoras de billetes, Amabilidad de los vigilantes, Atención a reclamaciones y sugerencias, Atención y amabilidad de los empleados, Funcionamiento de los ascensores, Func. escaleras mecánicas, que sí se considera válido el ns/nc tanto en valoración como en importancia considerándose esto como que la encuesta es completa y por tanto válida.

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello será imprescindible generar tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operativa.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Resultado de la encuesta. Tablas

La encuesta adjudicataria deberá explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.).

Todas las tablas que se utilicen para el análisis y realización del informe final, deberán ser enviadas en formato Excel a Metro de Madrid, 10 días hábiles después de la finalización del

trabajo de campo. Metro de Madrid entregará, a parte, un fichero Excel para su cumplimentación.

a) Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, márgenes de error, así como la media y desviación típica cuando proceda y sus correspondientes errores.

b) Las tablas previstas son:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y por periodos horarios, y tabla cruzada de las mismas.
- La distribución de las frecuencias de las valoraciones obtenidas en el conjunto del servicio que presta Metro de Madrid
- La distribución de las frecuencias de las valoraciones obtenidas en la pregunta de recomendación.
- Errores muestrales de la muestra de cada uno de los aspectos, de sus valoraciones como de las importancias
- Cifras totales y por variable de :
 - Valoración global del servicio y por líneas.
 - Aspectos a mejorar.
 - Percepción global. Incluyendo el histórico
 - Valoración por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables). Global y por líneas (y comparado con años anteriores y analizado)
 - (sólo 3ª oleada) Importancia ponderada. ¹ por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables). Global y por líneas (y comparado con años anteriores y analizado)
 - (sólo 3ª oleada) ICP por aspectos. Total y por líneas. (y comparado con años anteriores y analizado) ²
 - (sólo 3ª oleada) ICP global. Total y por líneas. Incluir el histórico.
- Valoración por aspectos y línea.
- GAP Índice de satisfacción
- Análisis por líneas (valoraciones globales por de la Red, de la líneas, tablas cruzadas de valoraciones de aspectos y líneas, importancias de aspectos y líneas, ICP de los aspectos y líneas (sólo 3ª oleada.), y un análisis individualizado por línea). Todas comparadas con el año anterior y analizar.
- Datos obtenidos de las preguntas de recomendación.
- (sólo 1ª y 2ª oleada) Codificación de las preguntas abiertas que se encuentran en el cuestionario (como las causas de valoración menor 5 ptos. para cada uno de los aspectos)

¹ La forma de cálculo de las importancias ponderadas se enviará al adjudicatario.

² La forma de cálculo de los I.C.P. se enviará al adjudicatario.

Los datos totales (valoración media, importancias ponderadas, ICP) deberán ser reflejados por la empresa adjudicataria de 2 maneras:

- 1.- Sin los datos de ML1 y todos los aspectos (sobre el que se basará todo el informe)
- 2.- Con los datos de ML1 y todos los aspectos (notas indicadoras del valor)

En los datos de las líneas tienen que venir reflejados la separación de las líneas 7a (Pitis-Estadio Olímpico), MetroEste (B. del Puerto-H. del Henares), 10a (Puerta del Sur – Tres Olivos), MetroNorte (Montecarmelo- H. Infanta Sofía), 9 (Mirasierra-P. de Arganda) y TFM (R-Urbanizaciones-Arganda del Rey). Pero también se requiere hacer los cálculos (tanto de líneas como aspectos), en tablas aparte, tanto de valoración, como importancia ponderada e ICP, de las líneas enteras siguientes: L7 (H. Henares-Pitis), L9 (Paco de Lucía-Arganda del Rey), L10 (H. Infanta Sofía – P. Sur) y L2/RPP (Las Rosas – C. Caminos +Ramal)

Análisis de resultados

Con todos los datos anteriormente citados, se realizará un análisis detallado sobre la evolución de los diferentes elementos de la encuesta, con relación al año anterior, y con relación al período 2009-2018 / 2010-2019 de forma general.

Los datos principales del informe serán los obtenidos sin ML1. En una nota, se indicará el otro resultado indicado en el apartado anterior. En las tablas de los aspectos aparecen todos.

Este análisis, se deberá estructurar de la siguiente manera (teniendo en cuenta la información disponible en cada oleada en cuanto a importancia y valoración):

1. Errores muestrales y de los parámetros. Justificación
2. Ficha técnica.
3. Valoración global del servicio
 - Gráfica de evolución anual.
 - Cuadro de distribución de las frecuencias, gráfica correspondiente incluyendo valores medios, y análisis de los datos.
 - Cuadro de distribución por tipología.
 - Recomendación de uso de Metro de Madrid
 - Análisis general.
4. Aspectos de la calidad del servicio
 - Importancia ponderada y valoración por cada uno de los aspectos
 - Análisis de la importancia ponderada y su evolución. Gráficos comparativos con año/estudio anterior.
 - Distribución de las importancias ponderadas en función de las variables por tipología.
 - Análisis de cada aspecto según la valoración. Gráfico comparativo con año/estudio anterior. Evolución histórica de cada aspecto. Análisis.

- Distribución de las valoraciones de cada aspecto en función de las variables por tipología.
 - Aspectos del servicio a mejorar desde la perspectiva del usuario. Datos absolutos. Comparación con año/estudio anteriores. Valores medios. Cuadros y gráficas correspondientes. Cuadro de dispersión de satisfacción - importancias (abscisas - ordenadas). Determinación de puntos fuertes y débiles. Comparación con año/estudio anterior.
5. Índices de calidad. (sólo 3ª oleada)
- Indicadores de calidad percibida global del servicio (ICP). Gráfica evolución.
 - Indicadores de calidad percibida para cada aspecto. (ICP)i. Cuadro y gráfico de comparación con año/estudio anterior .
 - Indicadores de calidad percibida por líneas. Gráfico del año. Gráfico comparativo año/estudio anterior. Análisis.
 - Cuadro resumen de ICP global para cada línea. Análisis.
 - Análisis conjunto del ICP e importancia, de cada una de las líneas por aspectos. (matriz de decisión)
6. Aspectos a mejorar
- Análisis de los datos correspondientes a la información comparándolas con las del año anterior.
 - Gráfico de los 25 aspectos estudiados, pero luego aparte indicando también aquellos que no pertenecen a ese grupo de estudio.
7. Gráficas de distribución de las frecuencias por aspecto, para las valoraciones e importancias ponderadas.
8. Análisis por líneas (aquí se calculan los datos con ML1). Se hará un análisis por cada una de las líneas de Metro de Madrid
- Valoración global
 - Valoración global red por líneas
 - Valoración global línea
 - Gráfico comparativo
 - Percepción global del servicio con respecto al año anterior, de cada una de las líneas
 - Valoración media de las líneas y gráfico comparativo con la valoración global de cada línea
 - Valoración por aspectos de cada una de las líneas
 - Cuadro resumen de la valoración de cada uno de los aspectos cruzados por líneas
 - ICP por líneas y aspectos de cada una de las líneas (sólo 3ª oleada)
 - Cuadro resumen del ICP de cada uno de los aspectos cruzados por líneas
 - Importancia ponderada por líneas y aspecto, de cada una de las líneas
 - Análisis conjunto del ICP e importancia, de cada una de las líneas por aspectos. (matriz de decisión)
 - Aspectos a mejorar por líneas
9. Se hará un análisis por cada uno de los aspectos, que incluya:
- La evolución de su valoración global y su ICP

- Un cuadro con las valoraciones medias, las importancias reales medias, los ICP, el grado de satisfacción y el porcentaje de mejora de cada aspecto en todas las líneas, su comparación. Asimismo, la valoración media, global y de Red de ese aspecto en ese estudio.
 - Análisis conjunto del ICP e importancia, de cada una de los aspectos por líneas. (DAFO)
 - Líneas donde mejorar
10. Análisis cualitativo de todas las preguntas abiertas que se incluyan en el cuestionario.
11. Informe de síntesis y conclusiones.
- Consideraciones globales.
 - Valoración de aspectos del servicio y su evolución.
 - Aspectos donde actuar urgentemente y a vigilar
 - Nivel de satisfacción de los usuarios.

También se tendrán que hacer análisis multivariante, para obtener un mapa de posicionamiento de los atributos más importantes, y un análisis conjunto de la importancia y el ICP. (3ª oleada.)

Posteriormente, tras la entrega de resultados, se podrán pedir análisis adicionales con los datos obtenidos

Metro de Madrid entregará un formato preestablecido de histórico en Excel y las tablas del actual estudio, que se deberá cumplimentar.

2.2 LOTE 2: ENCUESTA DE IMAGEN

El objeto del presente lote es la realización de un estudio de la imagen que los ciudadanos de la Comunidad de Madrid tienen de Metro de Madrid, S.A., así como la influencia de dicha imagen en el posicionamiento de la empresa en el sector del transporte público.

2.2.1 METODOLOGÍA

El estudio de campo consistirá en entrevistas vía on-line a través de un panel de clientes de edades comprendidas entre los 16 y 75 años, y residentes en la CAM. El contenido de la entrevista se basará en un cuestionario de unos **8 minutos de duración**. El número de entrevistas mínimo necesario, para mantener unos márgenes de fiabilidad adecuados, es de **2.500** entrevistas, distribuidas de forma aleatoria entre los hogares ubicados en la CAM, diferenciando las áreas con presencia actual de Metro (municipio de Madrid, Metro Sur, TFM, Metro Este, Metro Norte) y resto de la Comunidad de Madrid.

Habrà de realizarse una **pregunta previa**, imprescindible en la encuesta, que inquiera sobre la pertenencia del entrevistado a la plantilla de Metro, EMT o Cercanías, ya que en caso de que la respuesta sea afirmativa no se continuará con la encuesta, puesto que sus opiniones podrían estar influenciadas por su profesión.

Trabajo de campo

El estudio de campo consistirá en entrevistas vía on-line a través de un panel de clientes de edades comprendidas entre los 16 y 75 años, y residentes en la CAM.

Segmentación de la muestra

La muestra debe estar estratificada por las 6 zonas de Metro (municipio de Madrid, Metro Sur, TFM, Metro Este, Metro Norte, resto de la Comunidad de Madrid). Dentro de cada una de estas zonas habrá que realizar cuotas cruzadas por sexo y edad (12 grupos) por cada uno de los municipios que componen cada zona, a excepción de: Madrid capital en el que se harán cuatro zonas que son agrupación de distritos (ver cuadro siguiente) y en “Resto de la Comunidad de Madrid” que son 5 tramos de hábitat. En total hay 240 cuotas cruzadas que habría que cumplir dentro de lo posible, con la finalidad que la calidad de la muestra sea representativa.

Almendra Central	Periferia Noroeste	Periferia Este	Periferia Sur
1. Centro 2. Arganzuela 3. Retiro 4. Salamanca 5. Chamartín 6. Tetuán 7. Chamberí	8. Fuencarral 9. Moncloa- Aravaca 15. Ciudad Lineal 16. Hortaleza 21. Barajas	14. Moratalaz 18. Villa de Vallecas 19. Vicálvaro 20. San Blas	10. Latina 11. Carabanchel 12. Usera 13. Puente de Vallecas 17. Villaverde

Desarrollo del estudio

El estudio deberá determinar como mínimo:

- Aquellos aspectos que configuran la imagen de **Metro de Madrid, S.A.** y su peso en esta última
- Grado de correlación entre los aspectos mencionados
- El peso de los vehículos de percepción de la imagen:
 - Servicio suministrado
 - Información a través de terceros
 - Información publicitaria
- Valoración comparativa frente a la competencia
- Valoración y análisis de atributos de servicio: tiempos, accesibilidad, información, atención al cliente, confort, seguridad, de los tres transportes.
- Valoración y análisis de atributos de imagen de empresa como el compromiso, la dinámica, el liderazgo, la eficacia en la gestión y la identificación, de los tres transportes *EMT, Cercanías, Metro de Madrid?*
- Valoración y análisis de atributos de comunicación: mensaje, formato y contenido, de los tres transportes
- Establecer los puntos fuertes y débiles
- Plan de mejoras
- Matriz estratégica de políticas de imagen de empresa
- Posicionamiento frente al ideal de empresa
- Mapa de posicionamiento del transporte público y atributos
- Análisis y comparativa con años anteriores

El cuestionario definitivo y las fechas de realización del estudio, serán confirmados por Metro de Madrid.

2.2.2 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluido el trabajo de campo, la empresa adjudicataria realizará la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis y que será facilitada a Metro, así como los cuestionarios cumplimentados durante la investigación de campo.

- Para que una encuesta sea válida deberá estar completa.
- Si hubiese alguna pregunta cuya respuesta no sea una valoración de 0 a 10, es decir, que sea categórica, la **transformación de escala** a 0-10 de las preguntas cerradas será la siguiente:
 - 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
 - 5 repuestas: 0 - 2 – 5 – 8 – 10
 - 6 repuestas: 0 – 2 - 4 – 6 – 8 – 10
- En cuanto a las preguntas abiertas, debido a la importancia de éstas, el cierre debe ser realizado directamente por personal Técnico y no por encuestadores o codificadores. Se deberá elaborar un Plan de Códigos que será sometido a aprobación por Metro y en cualquier caso el personal Técnico se pondrá en contacto con Metro para la apertura de los nuevos códigos que vayan surgiendo a medida que se cierra el fichero. El fichero una vez codificado se enviará a Metro para que proceda a su revisión. En dicho fichero estarán todos los literales y los códigos que se han asignado. Las respuestas generales, como “bueno”, “confort”,... se requieren que tengan otra pregunta en la que se explore más qué quieren decir con esa respuesta.

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello, se requiere que la empresa genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, de la identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

Resultado de la encuesta. Tablas

Se requiere la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.).

- a) Las características de las tablas exigidas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, márgenes de error, así como la media y desviación típica cuando proceda.

- b) Las tablas previstas son:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas
- Análisis descriptivo univariado: para el conjunto de la muestra, se obtendrá las distribuciones de frecuencias para cada una de las preguntas del cuestionario. En estas distribuciones se incluyen las frecuencias absolutas, las frecuencias relativas y las frecuencias acumuladas. A su vez, se calcularán los principales estadísticos descriptivos (media, moda, mediana y desviación típica).
- Análisis descriptivo bivariado: se realizarán tabulaciones cruzadas para observar las diferencias que establecen determinadas variables en las opiniones, percepciones y valoraciones de los encuestados. Se propone usar como variables de cabecera:
 - Sexo.
 - Edad.
 - Área (Metro Madrid, Metro Sur, Metro Norte, Metro Este, TFM y resto de Comunidad).
 - Zonas de Madrid Ciudad.
 - Preferencia de Metro.
 - Usuario de Metro o no.
 - Frecuencia de uso de Metro.
 - Usuario de transporte público.
- Cifras totales y por variable de:
 - Valoración global de la imagen de Metro de Madrid
 - Aspectos a mejorar.
 - Valoración por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
- Tablas comparativas con otros años
- Matriz de correlación de los aspectos

2.3 LOTE 3: ENCUESTA DE SEGURIDAD PERSONAL

El objeto del presente lote es la realización de un estudio de opinión sobre **la percepción de seguridad personal en Metro de Madrid, S.A.**

El estudio consiste en la realización de una encuesta personal a una muestra representativa de usuarios de la Red, se estima un mínimo de **5.800 encuestas**. El trabajo de campo se realizará durante tres días consecutivos de una semana en el último trimestre del año de Octubre / Noviembre, empezando un martes

2.3.1 METODOLOGÍA

Composición del cuestionario

El estudio deberá dar respuesta como mínimo a los siguientes objetivos:

- Valoración global de la seguridad de metro
- Situación en el interior de metro comparada con la calle
- Lugar donde percibe menor la seguridad
- Percepción respecto al año anterior
- Presencia de vigilantes
- Percepción eficacia vigilantes
- Atención recibida
- Factor que aporta más seguridad
- Medio de seguridad que echa de menos
- Valoración por Líneas

En el Anexo se incluye un ejemplo de cuestionario, como aproximación al definitivo. En este sentido, se valorarán las sugerencias que se aporten, para mejorar la investigación, de acuerdo con los objetivos del estudio, mencionados anteriormente.

En particular la empresa oferente propondrá la metodología que considere oportuna para la obtención de los pesos de diferentes aspectos de la información y su correlación con la percepción de la misma.

Todos los apartados del cuestionario no reservados para codificar deben estar cumplimentados, deberá por tanto llevarse un control estricto por parte de la empresa adjudicataria del grado de completitud de las distintas preguntas de los cuestionarios. La codificación conjuntamente con la grabación de los cuestionarios y de los literales contenidos en los mismos correrá a cargo del adjudicatario.

También se pedirá el teléfono a los encuestados, a fin de realizar el retest para asegurar la fiabilidad del estudio.

Muestreo

El número de respuestas mínimo necesario en este estudio, para mantener unos márgenes de fiabilidad adecuados, será de **5.800**, distribuidas por líneas y luego, de manera uniforme en las estaciones de la red que figuran en el Anexo 2 (1ª tabla). alguna de dichas estaciones podrían ser sustituidas por otras, si hubiera obras u otra circunstancia que aconsejara, a juicio de **Metro de Madrid, S.A.**, dicho cambios.

Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error	Línea	Muestra	Error
1	350	5,3%	7A	350	5,3%	11	350	5,3%
2	350	5,3%	MetroEste	320	5,5%	12	350	5,3%
3	350	5,3%	8	350	5,3%	Ramal	320	5,5%
4	350	5,3%	9	350	5,3%	TFM	320	5,5%
5	350	5,3%	10A	350	5,3%	ML1	320	5,5%
6	350	5,3%	MetroNorte	320	5,5%			
TOTAL.....5.800						1,3%		

Habrà de realizarse una **pregunta previa** (no incluida en los cuestionarios), imprescindible en la encuesta, que inquiera sobre la pertenencia del entrevistado a la plantilla de **Metro de Madrid, S.A., EMT o Cercanías**, ya que en caso de que la respuesta sea afirmativa no se continuará con la encuesta, puesto que sus opiniones podrían estar influenciadas por su profesión.

Hay que tener en cuenta las zonas en las que se divide Madrid (A1, A2, B1-ver Anexo 3) y ser representativas con un error máximo de $\pm 5,5\%$, y 95% de confianza.

También tiene que ser representativa por tipo de tramo horario, tanto en hora punta como en hora valle, igualmente con un error máximo de $\pm 5,5\%$, con un 95% de confianza.

Los horarios de muestra serán:

PERIODO HORARIO	
07:00-09:30	Hora punta
09:30-14:00	Hora valle
14:00-16:00	Hora punta
16:00-18:00	Hora valle
18:00-20:00	Hora punta
20:00-22:00	Hora valle

Todo este plan de muestreo tiene que estar definido en la oferta, al menos:

- Tamaño de la muestra
- Método de selección de la muestra
- Captación y selección de los entrevistados
- Grado de fiabilidad de los resultados obtenidos para las cuotas o subgrupos
- Descripción de la metodología

Periodos horarios

Con objeto de tomar una muestra representativa del servicio que **Metro de Madrid, S.A.** ofrece a sus Clientes, el período horario de realización de la encuesta se ajustará al siguiente: **7:00 a 22:00 horas, en todas las estaciones.**

En cada uno de los lugares de encuesta estará situado un encuestador con carácter general, siendo necesario un refuerzo en los períodos punta de la demanda comprendidos entre las 7⁰⁰ a 9³⁰ horas y las 18⁰⁰ a 21⁰⁰ horas.

Recogida de datos.

Para realizar el trabajo de campo será obligatorio contar con microordenadores de mano o dispositivos portátiles (Tablet o PDA) que recogen directamente la información en soporte electrónico.

El trabajo consiste en entrevistar a una muestra de viajeros de Metro de Madrid, para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido.

La selección de los entrevistados se realizará garantizando la máxima aleatoriedad.

El adjudicatario procederá a la sustitución de jornadas o días de trabajo ante eventuales incidencias que puedan ocasionar pérdida de muestra, de modo que se mantenga el tamaño muestral fijado, y que deberá permanecer constante a lo largo de todo el periodo de encuestación.

Es necesario ajustarse a las cuotas de muestreo que la empresa adjudicataria facilite a los encuestadores para cubrir la muestra requerida. Para ello, los encuestadores irán controlando el número de encuestas de cada categoría.

En cuanto al número de encuestas a realizar por cada encuestador, antes que realizar un número elevado de encuestas, se requiere completar totalmente cada una de las mismas ajustándose a las cuotas señaladas anteriormente.

La empresa contratada se acogerá en todo momento a las normas establecidas por **Metro de Madrid, S.A.** al efecto.

Las empresas licitadoras deberán presentar:

- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta total sobre la representatividad de la muestra.
- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta parcial.

2.3.2 TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluida las labores de campo, se deberán realizar la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis y que será facilitada a Metro, así como los cuestionarios cumplimentados durante la investigación de campo.

Para que una encuesta se considere válida deberá estar completa.

A la hora de transformar los valores en las preguntas cerradas a una escala de 0-10, la **escala de transformación** sería la siguiente:

- 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
- 5 repuestas: 0 - 2 – 5 – 8 – 10
- 6 repuestas: 0 – 2 - 4 – 6 – 8 – 10

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello se requiere que la empresa genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

Resultado de la encuesta. Tablas

Se requiere la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.).

- a) Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, así como la media y desviación típica cuando proceda.

- b) Las tablas exigidas son:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas
- Cifras totales y por variable de:
 - Valoración global de la seguridad en Metro
 - Valoración por Líneas
 - Aspectos a mejorar

- Percepción global de la seguridad en Metro
- Valoración por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
- Peso por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
- Percepción por aspectos. Total por líneas.
- Percepción global. Total por líneas
- Matriz de correlación de los aspectos

En los datos de las líneas tienen que venir reflejados la separación de las líneas 7a (Pitis-Estadio Olímpico), MetroEste (B. del Puerto-H. del Henares), 10a (Puerta del Sur – Tres Olivos), MetroNorte (Montecarmelo- H. Infanta Sofía), 9 (Mirasierra-P. de Arganda) y TFM (R- Urbanizaciones-Arganda del Rey).

Informe de resultados

Con todos los datos anteriormente citados, la empresa adjudicataria realizará un análisis detallado sobre los diferentes elementos del estudio. Este análisis, se estructuraría aproximadamente de la siguiente manera:

1. Valoración global del servicio
 - Cuadro de distribución de las frecuencias, gráfica correspondiente, incluyendo valores medios, y análisis de los datos
 - Cuadro de distribución por tipología
 - Análisis general.
2. Valoración de los aspectos del servicio
 - Pesos y valoración. Análisis
 - Distribución de los pesos en función de las variables por tipología
 - Análisis de cada aspecto según la valoración.
 - Distribución de las valoraciones de cada aspecto en función de las variables por tipología
 - Aspectos del servicio a mejorar desde la perspectiva del usuario. Datos absolutos. Cuadro de dispersión de valoraciones-pesos (abscisas - ordenadas). Determinación de puntos fuertes y débiles
 - Percepción para cada aspecto.
 - Percepción por líneas.
3. Gráficas de distribución de las frecuencias por aspecto, para las valoraciones y pesos.
4. Ficha técnica.
5. Informe de síntesis y conclusiones.
 - Consideraciones globales.
 - Valoración de aspectos que conforman la seguridad en **Metro de Madrid, S.A.**
 - Puntos fuertes y débiles
 - Nivel de percepción de los Clientes de la seguridad personal **Metro de Madrid, S.A.**
 - Cuestionario de seguridad
 - Nivel de satisfacción de los Clientes

Análisis de resultados

Con todos los datos anteriormente citados, la empresa adjudicataria realizará un análisis detallado sobre la evolución de los diferentes elementos de la encuesta, con relación al año pasado de forma particular, y con relación al período desde 2003 de forma general.

Este análisis, se estructuraría aproximadamente de la siguiente manera:

1. Errores muestrales. Justificación
2. Valoración general
3. Valoración global de la seguridad de metro
4. Situación en el interior de metro comparada con la calle
5. Lugar donde percibe menor la seguridad
6. Percepción respecto al año anterior
7. Comparación con año anterior
8. Presencia de vigilantes
9. Percepción labor vigilantes
10. Valoración de la atención recibida
11. Factor que aporta más seguridad (menos vigilantes)
12. Medio de seguridad que echa de menos
13. Ficha técnica.
14. Análisis por líneas
15. Informe de síntesis y conclusiones.
 - Consideraciones globales.
 - Valoración de aspectos del servicio y su evolución.
 - Puntos fuertes y débiles
 - Nivel de satisfacción de los usuarios.

Metro de Madrid entregará un **formato preestablecido en Excel**, que se deberá cumplimentar (Base de Datos y Tablas).

2.4 LOTE 4: ENCUESTA DE INFORMACIÓN GENERAL

El objeto del presente lote es la realización de un estudio de opinión sobre la información que **Metro de Madrid, S.A.** proporciona a sus Clientes, y determinar el grado de calidad percibida para este aspecto del servicio.

El estudio consiste en la realización de una encuesta personal a una muestra representativa de usuarios de la Red sobre la información general que ofrece Metro de Madrid. El trabajo de campo se realizará durante varios días de una semana de Octubre/Noviembre (máximo 3 días).

2.4.1 METODOLOGÍA

Composición del cuestionario

El estudio deberá dar respuesta como mínimo a los siguientes objetivos:

- Valoración de cada uno de los aspectos de la información suministrada por **Metro de Madrid, S.A.**
- Valoración de la información desde una perspectiva global y por líneas
- Analizar la convergencia / divergencia de la valoración de los grupos
- Grado de correlación entre los aspectos mencionados

En el Anexo 1 se incluye un ejemplo de cuestionario, como aproximación al definitivo (puede que se elimine alguna pregunta). En este sentido, se valorarán las sugerencias que se aporten, para mejorar la investigación, de acuerdo con los objetivos del estudio, mencionados anteriormente

En particular el consultor propondrá la metodología que considere oportuna para la obtención de los pesos de diferentes aspectos de la información y su correlación con la percepción de la misma.

Todos los apartados del cuestionario no reservados para codificar deben estar cumplimentados, deberá por tanto llevarse un control estricto por parte de la empresa adjudicataria del grado de completitud de las distintas preguntas de los cuestionarios. La codificación conjuntamente con la grabación de los cuestionarios y de los literales contenidos en los mismos correrá a cargo del adjudicatario.

También se pedirá el teléfono, a fin de realizar el retest para asegurar la fiabilidad del estudio.

Muestreo

El número de respuestas mínimo necesario en el estudio de información, para mantener unos márgenes de fiabilidad adecuados, será de **1.500** como mínimo, distribuidas de manera uniforme en las estaciones de la red que figuran en el Anexo 2 (tabla 1ª). alguna de dichas estaciones podrían ser sustituidas por otras, si hubiera obras u otra circunstancia que aconsejara, a juicio de **Metro de Madrid, S.A.**, dicho cambio.

Se requerirá realizar una **pregunta previa** (no incluida en los cuestionarios), imprescindible en la encuesta, que inquiera sobre la pertenencia del entrevistado a la plantilla de **Metro de Madrid**,

S.A., EMT o Cercanías, ya que en caso de que la respuesta sea afirmativa no se continuará con la encuesta, puesto que sus opiniones podrían estar influenciadas por su profesión.

Periodos horarios

Con objeto de tomar una muestra representativa del servicio que **Metro de Madrid, S.A.** ofrece a sus Clientes, el período horario de realización de la encuesta se ajustará al siguiente: **7 a 22 horas**

En cada uno de los lugares de encuesta estará situado un encuestador con carácter general, siendo necesario un refuerzo en los períodos punta de la demanda comprendidos entre las 7⁰⁰ a 9³⁰ horas y las 18⁰⁰ a 21⁰⁰ horas.

Recogida de datos.

Para realizar el trabajo de campo será obligatorio utilizar microordenadores de mano o dispositivos portátiles tipo Tablet o PDA, que recogen directamente la información en soporte magnético.

El trabajo de campo consiste en entrevistar a una muestra de viajeros de Metro de Madrid, para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido.

La selección de los entrevistados se realizará garantizando la máxima aleatoriedad.

El adjudicatario procederá a la sustitución de jornadas o días de trabajo ante eventuales incidencias que puedan ocasionar pérdida de muestra, de modo que se mantenga el tamaño muestral fijado, y que deberá permanecer constante a lo largo de todo el periodo de encuestación.

Es necesario ajustarse a las cuotas de muestreo que la empresa adjudicataria proporcionará a los encuestadores. Para ello, los encuestadores irán controlando el número de encuestas de cada categoría.

En los datos de las líneas tienen que venir reflejados la separación de las líneas 7a (Pitis-Estadio Olímpico), MetroEste (B. del Puerto-H. del Henares), 10a (Puerta del Sur – Tres Olivos), MetroNorte (Montecarmelo- H. Infanta Sofía), 9 (Mirasierra-P. de Arganda) y TFM (R-Urbanizaciones-Arganda del Rey).

En cuanto al número de encuestas a realizar por cada encuestador, antes que realizar un número elevado de encuestas, se requiere completar totalmente cada una de las mismas ajustándose a las cuotas señaladas anteriormente.

La empresa adjudicataria se acogerá en todo momento a las normas establecidas por **Metro de Madrid, S.A.** al efecto.

Se requiera que las empresas licitadoras presenten:

- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta total sobre la representatividad de la muestra.
- Un plan de actuación para corregir el efecto de la no respuesta parcial.

2.4.2 . TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

Una vez concluida las labores de campo, la empresa adjudicataria realizará la grabación informática de los resultados de manera estándar para su análisis y que será facilitada a Metro, así como los cuestionarios cumplimentados durante la investigación de campo.

Para que una encuesta sea válida se requerirá que esté completa.

A la hora de transformar los valores en las preguntas cerradas a una escala de 0-10, la **escala de transformación** sería la siguiente:

- 3 respuestas: 0 – 5 – 10
- 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
- 5 repuestas: 0 - 2 – 5 – 8 – 10
- 6 repuestas: 0 – 2 - 4 – 6 – 8 – 10

Resultado de la encuesta. Tablas

Se requiere la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas que serán tratadas para su completa comprensión en el caso de que las derivadas de las aplicaciones informáticas estadísticas sean de presentación poco representativa (títulos confusos, encabezamientos de filas o columnas poco claros, etc.).

Todas las tablas que se utilicen para el análisis y realización del informe final, serán enviadas en formato Excel a Metro de Madrid, 10 días hábiles después de la finalización del trabajo de campo

- a) Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, así como la media y desviación típica cuando proceda.

- b) Las tablas previstas son:

- * Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas
- * Cifras totales y por variable de:
 - Valoración global de la información del servicio
 - Aspectos a mejorar
 - Percepción global de la información del servicio
 - Valoración por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
 - Valoración por líneas
 - Peso por aspectos (incluir media del total de aspectos por variables)
 - Percepción por aspectos. Total y por líneas.
 - Percepción global. Total y por líneas

- Matriz de correlación de los aspectos

Informe de resultados

Con todos los datos anteriormente citados, se requerirá un análisis detallado sobre la evolución de los diferentes elementos de la encuesta, con relación al estudio anterior, y con relación al período histórico, de forma general.

1. Valoración global y por líneas de la información del servicio
 - * Cuadro de distribución de las frecuencias, gráfica correspondiente, incluyendo valores medios, y análisis de los datos
 - * Cuadro de distribución por tipología
 - * Análisis general.
2. Valoración de los aspectos de la información del servicio
 - * Pesos y valoración. Análisis
 - * Distribución de los pesos en función de las variables por tipología
 - * Análisis de cada aspecto según la valoración.
 - * Distribución de las valoraciones de cada aspecto en función de las variables por tipología
 - * Aspectos del servicio a mejorar desde la perspectiva del usuario. Datos absolutos. Cuadro de dispersión de valoraciones-pesos (abscisas - ordenadas). Determinación de puntos fuertes y débiles.
 - * Percepción para cada aspecto.
 - * Percepción por líneas.
3. Valoración de las líneas por la información del servicio
 4. Gráficas de distribución de las frecuencias por aspecto, para las valoraciones y pesos.
5. Ficha técnica.
6. Informe de síntesis y conclusiones.
 - * Consideraciones globales y por líneas.
 - * Valoración de aspectos que conforman la información suministrada por **Metro de Madrid, S.A.**
 - * Puntos fuertes y débiles
 - * Nivel de percepción de los Clientes de la información de **Metro de Madrid, S.A.**
 - * Cuestionario de información
 - * Nivel de satisfacción de los Clientes

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello será imprescindible que la empresa adjudicataria genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe diario sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

2.5 LOTE 5 ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC

2.5.1 METODOLOGÍA

El objeto de este lote es la realización de un estudio sobre la calidad de servicio que **Metro de Madrid** proporciona a sus Clientes a través del CIAC (Centro Interactivo de Atención al Cliente) para determinar el grado de calidad percibida en este aspecto del servicio.

Se trata de una encuesta telefónica a una muestra de mínimo **300 usuarios** recientes de dicho centro.

La población objetivo son mayores de 16 años, en los 15/30 días antes de la realización del trabajo de campo. Al adjudicatario se le proporcionará el número de clientes que han contactado con el CIAC en los últimos 15 días, y si hiciera falta, el último mes.

El estudio deberá dar respuesta como mínimo a los siguientes objetivos:

- Peso de cada uno de los aspectos de la información suministrada por **Metro de Madrid**.
- Valoración de los mismos
- Valoración de la información desde una perspectiva global
- Analizar la convergencia / divergencia de la valoración de los grupos
- Grado de correlación entre los aspectos mencionados
- Opinión del cliente sobre los siguientes aspectos en el caso del CIAC:
 - Amabilidad.
 - Profesionalidad.
 - Calidad de la información.
 - Tiempo de espera.
 - Precisión en la respuesta.
 - Sugerencias de mejora para mejorar el servicio.

Periodos horarios

Con objeto de tomar una muestra representativa del servicio que **Metro de Madrid** ofrece a sus Clientes, el período horario de realización de la encuesta está comprendido entre las:

7 - 22 horas

Deberá indicarse el número de días que va a durar el trabajo de campo, estableciéndose el máximo en 3 días, durante los meses Octubre o Noviembre.

Recogida de datos

Consiste en entrevistar telefónicamente a una muestra de usuarios del mismo (en toda la Comunidad de Madrid), para conocer su opinión respecto a la calidad del servicio ofrecido. La BBDD de los teléfonos será suministrada por Metro de Madrid.

2.5.2 . TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

A la hora de transformar los valores en las preguntas cerradas a una escala de 0-10, la **escala de transformación** será la siguiente:

- 3 respuestas: 0 – 5 - 10
- 4 respuestas: 0 – 3 – 7 – 10
- 5 repuestas: 0 - 2 – 5 – 8 – 10
- 6 repuestas: 0 – 2 - 4 – 6 – 8 – 10

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello será imprescindible que la empresa genere tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operatoria.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

Resultado de la encuesta. Tablas

Se requerirá efectuar la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas, en formato compatible con SPSS y hoja de cálculo Excel.

- a) Las características de las tablas son las siguientes:

En todas se incluirán los valores absolutos, porcentajes horizontales y verticales, márgenes de error, así como la media y desviación típica cuando proceda:

- Distribución de la muestra respecto de cada una de las variables y tabla cruzada de las mismas

- Evolución en el tiempo de cada una de los aspectos estudiados, sobre todo con el año anterior.
- Cifras totales y por variable de:
 - Motivos llamada al CIAC
 - Valoración del servicio. Atención recibida
 - Valoración aspectos específicos
 - Nivel de conocimiento del servicio
 - Intención uso futuro, recomendación
 - Aspectos mejorables
 - Efectos de la experiencia en la imagen servicio
 - Recomendación
 - Probabilidad de volver a usar CIAC

Informe de resultados

Con todos los datos anteriormente citados, se requerirá un análisis detallado sobre los diferentes elementos del estudio. Este análisis, se estructuraría de la siguiente manera:

1. Valoración global de la información del servicio
 - Cuadro de distribución de las frecuencias, gráfica correspondiente, incluyendo valores medios, y análisis de los datos
 - Cuadro de distribución por tipología
 - Análisis general.
2. Valoración de los aspectos de la información del servicio
 - Pesos y valoración. Análisis
 - Distribución de los pesos en función de las variables por tipología
 - Análisis de cada aspecto según la valoración (global y por centro).
 - Distribución de las valoraciones de cada aspecto en función de las variables por tipología (global y por centro)
 - Aspectos del servicio a mejorar desde la perspectiva del usuario. Datos absolutos. Cuadro de dispersión de valoraciones-pesos (abscisas - ordenadas). Determinación de puntos fuertes y débiles.
 - Percepción para cada aspecto. (global y por centro)
 - Evolución histórica de los estudios
 - Recomendación y fidelización
3. Gráficas de distribución de las frecuencias por aspecto, para las valoraciones y pesos.
4. Ficha técnica.
5. Informe de síntesis y conclusiones.
 - Consideraciones globales.

- Valoración de aspectos que conforman la información suministrada por **Metro de Madrid**.
 - Puntos fuertes y débiles
 - Nivel de percepción de los Clientes de la información de **Metro de Madrid**.
 - Cuestionario de información
 - Nivel de satisfacción de los Clientes
6. Documentación que contenga toda la información relativa al control y supervisión del trabajo de campo.

3 ORGANIZACIÓN DEL TRABAJO

Las empresas licitadoras deberán incluir un cronograma que recoja los hitos del trabajo, y su fecha de realización para cada uno de los Lotes. Sirva como guía los siguientes puntos:

FASE I: INICIO:

- Revisión del cuestionario
- Definición del plan de muestreo
- Confección del manual de instrucciones para el personal
- Envío a Metro plan de trabajo de formación

FASE II. FORMACIÓN Y DESARROLLO

- Selección del personal de campo
- Formación del personal de campo
- Acreditación del personal de campo
- Briefing del proyecto al personal de campo
- Envío a Metro del plan de trabajo de campo

FASE III. ENCUESTACIÓN

- Status del trabajo de campo
- Codificación de los datos recogidos
- Registro de la recogida de datos
- Control de calidad

FASE IV. TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN

- Análisis de los datos
- Elaboración tablas
- Elaboración del informe de resultados
- Envío a Metro del informe de resultados
- Presentación de resultados

La empresa adjudicataria se acogerá en todo momento a las normas establecidas por **Metro de Madrid, S.A.** al efecto.

4 SISTEMA DE MUESTREO

El sistema de muestreo será una entrevista personal y presencial en la Red (excepto en lotes 2 y 5), permitiendo una máxima aleatoriedad en la selección de la muestra y atenerse al perfil de usuario de Metro de Madrid.

En principio, la labor de campo se llevará a cabo en dos puntos de localización diferentes, según se trate de estaciones de correspondencia o no:

- * Estación sin correspondencia: Los entrevistadores se localizarán en el vestíbulo indicado por Metro de Madrid y abordarán al viajero tanto en el sentido de entrada como de salida. Podrán acompañar al encuestado hasta el andén si es preciso para finalizar la encuesta. También se pueden colocar en los andenes.
- * Estación de correspondencia: Los entrevistadores estarán situados en el andén con más viajeros de la estación, cambiando de un andén a otro en función de la mayor afluencia al mismo (Metro facilitaría este dato). Podrán acompañar al encuestado subiéndose al tren, para finalizar la encuesta, pero luego tendrán que volver a la estación de origen sin poder hacer ninguna entrevista en el viaje de vuelta.

Asimismo, la empresa adjudicataria se asegurará de que los individuos seleccionados utilizan la línea seleccionada en la muestra de esa estación.

Se valorarán las propuestas que se aporten de cara a mejorar la realización del trabajo de campo.

Cuotas de selección (Lotes 1,3 y 4)

Para evitar sesgos en la información, el sistema de selección de viajeros utilizado será el aleatorio con control de cuotas por sexo, edad y nacionalidad según la siguiente tabla (estos porcentajes son susceptibles de cambio)

Por sexo:		Por edad:	
Hombre	41,72%	de 16 a 24 años	20,50%
Mujer	58,28%	de 25 a 34 años	30,97%
		de 35 a 44 años	22,99%
		de 45 a 54 años	14,13%
		de 55 a 59 años	7,93%
		Mayor de 59 años	4,19%
Por nacionalidad:			
Español	73%		
Extranjero	27%		

5 RECURSOS HUMANOS

Personal encuestador (Lotes 1,3 y 4)

Todo personal de campo debe recibir una formación básica (requisitos éticos incluyendo las garantías éticas del entrevistado y los aspectos de confidencialidad, habilidades para hacer entrevistas, uso de ordenadores, si es necesario, las preguntas), sesión a la que acudirán técnicos de Metro de Madrid (para comprobar que las instrucciones que se indican son las correctas y tener la capacidad de modificarlas si no se ajustan a los pliegos) y deberán facilitar un manual de instrucciones individual para que sea portado por los mismos durante la ejecución de la encuesta.

Se requerirá que cada encuestador cuente para la realización de su trabajo con el material siguiente:

- ❖ Manual del encuestador.
- ❖ Credencial de Metro de Madrid, que deberá llevar en todo momento para acreditarse como encuestador autorizado.
- ❖ Distintivo que debe llevar siempre colocado en lugar visible durante su trabajo (nombre del trabajador, fotografía, fecha de emisión y de caducidad, detalles de contacto de la empresa de investigación)
- ❖ Chaleco, que debe llevar puesto durante el trabajo (a cargo de la empresa adjudicataria)
- ❖ Máquina de encuesta de recogida de datos.
- ❖ Hojas de incidencias.
- ❖ Plano esquemático de la red de Metro
- ❖ Tríptico de estaciones
- ❖ Título de transporte válido (a cargo de la empresa adjudicataria)

Se requerirán Jefes de Equipo experimentados que resolverán dudas y velarán porque el trabajo se realice adecuadamente.

Actitud de los encuestadores e inspectores de campo

Los encuestadores e inspectores de campo deberán centrar su atención de forma prioritaria en la labor que tienen encomendada en cada momento, evitando entrar en conversación con otros encuestadores, personal de Metro y, especialmente, con los vigilantes de seguridad. (Para lotes 1,3 y 4)

En todo momento deberá observarse un comportamiento correcto, dado que se está representando a Metro de Madrid. En particular, se recuerda que está prohibido fumar dentro de la red del Metro.

Los inspectores de campo podrán sustituir momentáneamente a los encuestadores si fuera necesario.

6 SUPERVISION DEL TRABAJO DE CAMPO

Durante el trabajo de campo, Metro efectuará inspecciones aleatorias. En estas inspecciones se observará la disponibilidad de los encuestadores en los puntos acordados y la actitud de los mismos para ajustarse al cumplimiento de sus competencias. Para ello, el contratista enviará la situación del personal encuestador una semana antes de empezar el trabajo de campo y a diario, una vez iniciado éste, para facilitar a Metro las inspecciones aleatorias mencionadas. Si como consecuencia de las mismas se detectara defectos de procedimiento o baja calidad de la realización de las encuestas, el contratista se vería obligado a repetir la investigación o a sustituir a miembros del equipo de trabajo que no hayan actuado de forma adecuada. (Para Lotes 1, 3 y 4)

Asimismo, el contratista remitirá a los técnicos de Metro los resultados obtenidos en cada jornada a fin de realizar un seguimiento de las variables pactadas, así como el teléfono de contacto de los inspectores de campo para poder comunicar cualquier incidencia puntual que surja.

Metro de Madrid requerirá un informe sobre el trabajo de campo que incluya las incidencias, la supervisión realizada y los trabajos efectuados en la fase de depuración.

Las ofertas deberán explicitar un detallado calendario de cada uno de los procesos relacionados con el trabajo de campo. Asimismo, deberán de ofrecer métodos de garantía de cumplimiento del calendario propuesto y de un método de supervisión del control de campo.

Las ofertas deberán plantear detalladamente la metodología, equipo y medios materiales y humanos puestos al servicio de los trabajos de campo, así como los correspondientes sistemas de gestión y control.

Además de concretar sus propuestas respecto al sistema de captura de información, deberán describir y pormenorizar la relación de medios materiales puestos a disposición del proyecto.

Control de las entrevistas y depuración de los resultados

La empresa deberá de realizar un control de, al menos, un 10% de las entrevistas completas.

En cada una de las entrevistas procesadas deberá aparecer al menos una variable que indique si ha sido supervisada y, en su caso, al menos una variable con el resultado de la supervisión. Posteriormente, la empresa deberá realizar una depuración de los datos obtenidos

para verificar las cantidades muestrales y cuotas especificadas, y corregir los posibles errores de grabación y las inconsistencias detectadas en las entrevistas.

Si como consecuencia de las inspecciones efectuadas por Metro, se detectaran defectos de procedimiento o baja calidad de la realización del mismo, el adjudicatario se vería obligado a repetir la investigación o a sustituir a miembros del equipo de trabajo que no hayan actuado de forma adecuada.

Con la intención de comprobar la fiabilidad del estudio, se utilizará la técnica del retest, según las cuotas establecidas en dicha técnica, para lo cual se deberá pedir un teléfono de contacto a las personas elegidas según dichas cuotas.

La oferta debe contener un método para los entrevistados para minimizar el número de contactos negativos o de sustituciones.

Tratamiento de incidencias

Se establecerán los mecanismos de control necesarios para poder evaluar en todo momento la evolución y posterior conclusión de los trabajos de campo. Para ello será imprescindible generar tabulaciones específicamente diseñadas para poder ejercer por parte de Metro de Madrid un correcto control de toda la operativa.

Metro de Madrid supervisará todas las incidencias que se produzcan en las distintas fases del trabajo, tanto en lo que respecta a su tipificación y tratamiento como, en su caso, identificación de la jornada o día de trabajo sustituido, que deberá realizarse de acuerdo con unos criterios precisos previamente establecidos por la Dirección de los trabajos.

Secreto estadístico y difusión de los resultados

La empresa contratada y todas las personas que a través de ella se relacionan con el presente trabajo quedan sujetas al secreto estadístico en lo que respecta a toda la información que pase por sus manos con motivo de estudio/trabajo. (Ley de la Función Estadística Pública, artículo 13 y siguientes).

Las ofertas deberán indicar explícitamente la forma con la que garantizarán el cumplimiento efectivo de dicho secreto.

La información, los tratamientos a que se someta, así como los documentos e informes que se generen, pasarán a ser propiedad de Metro de Madrid desde el mismo momento de la adjudicación y hasta que se finalice en su totalidad el contrato con la empresa contratada.

La información recogida sólo podrá ser utilizada y difundida por parte de la Administración Contratante o a requerimiento de la misma. Asimismo, el resto de los documentos y ficheros que

eventualmente sean entregados no podrán ser copiados, reproducidos o facilitados para otros objetivos que no sean los de la encuesta, reservándose Metro de Madrid la propiedad intelectual de los mismos.

7 FECHA DE TOMA DE DATOS Y PRESENTACIÓN DE LOS TRABAJOS

La fecha de inicio de los trabajos se prevé comience en enero 2018 aunque esta fecha de inicio podrá ser susceptible de retraso por decisión de Metro de Madrid. Así mismo, las estaciones previstas para la realización de los estudios, serán susceptibles de modificación por parte de Metro de Madrid

Metro de Madrid entregará un formato preestablecido en Excel, que se deberá cumplimentar.

Una semana antes del inicio del trabajo de campo la empresa contratada presentará la Programación de los Trabajos de campo, para conocimiento y supervisión de Metro

LOTE 1: ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO

El trabajo de campo de la primera y segunda oleada se realizará, como máximo, durante 3 días -considerados normales desde el punto de vista del servicio ofrecido por Metro- en Marzo -Abril (1ª oleada) y en Junio - Julio (2ª oleada). Para la 3ª oleada el trabajo de campo se realizará, como máximo, en 4 días, previsiblemente la primera quincena durante el mes de Octubre. Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Para los estudios, la documentación final del trabajo referida al apartado “Resultado de la encuesta. Tablas” ha de ser entregada, como muy tarde, **10 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo, y la correspondiente al “Análisis de los Resultados” como máximo 1 mes natural después de la terminación del trabajo de campo.**

Se entregará 1 copia del estudio en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a Metro el conjunto de los cuestionarios cumplimentados. También se entregará a Metro la BBDD en SPSS y/o Excel, y los archivos de las tablas con los gráficos usados en el informe de resultados.

LOTE 2: ENCUESTA DE IMAGEN

El trabajo de campo se llevará a cabo durante el 4º trimestre. El número de días de recogida de datos, será de **10 días naturales** (Octubre –Noviembre). Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Se efectuará la explotación de resultados mediante la construcción de tablas estadísticas, en formato SPSS y hoja de cálculo Excel. Este fichero tiene que ser entregado a Metro de Madrid antes de los **10 días hábiles posteriores a la finalización de trabajo de campo.**

Se entregará 1 copia del estudio en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a Metro el conjunto de los cuestionarios cumplimentados. También se entregará a Metro la BBDD en SPSS y/o Excel, y los archivos de las tablas con los datos usados.

LOTE 3: ENCUESTA DE SEGURIDAD

El estudio se realizará durante tres días del cuarto trimestre, considerados normales desde el punto de vista del servicio ofrecido por Metro. Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Para los estudios, la documentación final de los trabajos referida al apartado “Resultado de la encuesta. Tablas” ha de ser entregada, como muy tarde, **10 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo, y la correspondiente al “Análisis de los Resultados” antes de 20 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo.**

Se entregará 1 copia del estudio en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a Metro el conjunto de los cuestionarios cumplimentados. También se entregará a Metro la BBDD en SPSS y/o Excel, y los archivos de las tablas con los gráficos usados en el informe de resultados.

LOTE 4: ENCUESTA DE INFORMACIÓN GENERAL

El trabajo de campo en principio se realizará en el mes de Octubre o Noviembre. Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

La documentación final de los trabajos referida al apartado “Resultado de la encuesta. Tablas” ha de ser entregada, como muy tarde, **10 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo, y la correspondiente al “Análisis de los Resultados” antes de 20 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo.**

Se entregará una copia en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a **Metro de Madrid** el conjunto de los cuestionarios cumplimentados, la BBDD en formato Excel y los archivos de las tablas con los gráficos usados en el informe de resultados.

LOTE 5: ENCUESTA DE FUNCIONAMIENTO DEL CIAC

El trabajo de campo en principio se realizará en el último trimestre del año. Dichas fechas podrían ser modificadas si hubiera alguna circunstancia (huelgas en Cercanías o EMT, etc.) que afectara de forma considerable al sistema de transporte de Madrid.

Para los estudios, la documentación final de los trabajos referida al apartado “Resultado de la encuesta. Tablas” ha de ser entregada, como muy tarde, **10 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo, y la correspondiente al “Análisis de los Resultados” antes de 20 días hábiles después de la terminación del trabajo de campo.**

Se entregará una copia en soporte informático. Así mismo, una vez terminados los trabajos, se entregará a **Metro de Madrid** el conjunto de los cuestionarios cumplimentados, la BBDD en formato Excel y los archivos de las tablas con los gráficos usados en el informe de resultados.

8 MEJORAS PROPUESTAS

Las mejoras a la oferta que se propongan tendrán validez a la hora de valorar las ofertas, siempre y cuando no supongan un coste adicional, pero no supondrán un incremento de presupuesto.

9 ANEXOS

9.1 *Cuestionarios*



EJEMPLO DE CUESTIONARIO ENCUESTA DE PERCEPCION DEL SERVICIO – 1ª y 2ª oleada

ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS CLIENTES DE METRO DE MADRID

RIM. 2017

Fecha: ___/___/2017 Estación: _____ Línea _____ Hora: ___:___ Tramo _____ Encuestador: _____ Encuesta N° _____

F.0 ¿Es Ud. trabajador de Metro, EMT o Cercanías Renfe? → En caso afirmativo, NO
VÁLIDO. NO SE ENCUESTA.

de 7:00-9:30	1
de 9:30-13:00	2
de 13:00-16:30	3
de 16:30-18:00	4
de 18:00-21:00	5
de 21:00-22:00	6

F1. SEXO	F2. EDAD	F3. NACIONALIDAD	F4. TIPO DE BILLETE	F5. MOTIVO DEL VIAJE	F6. Nº DE VIAJES SEMANALES
1. Hombre	1. De 16 a 24 años	1. Nacional residente CM	1. Sencillo/Comb. viaje	1. Trabajo	1. Menos de 4
2. Mujer	2. De 25 a 34 años	2. Nacional turista	2. Metrobus/Comb. 10 viajes	2. Estudios	2. De 4 a 10
	3. De 35 a 44 años	3. Extranjero residente CM	3. Abono Transporte	3. Ocio	3. De 11 a 20
	4. De 45 a 54 años	4. Extranjero turista	4. Turístico	4. Gestión de trabajo	4. Más de 20
	5. De 55 a 59 años			5. Médico	
	6. Mayor de 59 años			6. Compras	
				7. Otros	

P.1. ¿Qué valoración, de 0 a 10, le merece el servicio de Metro en su conjunto?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

P.3. ¿Puede decirme cuáles son los 3 aspectos más importantes del servicio de Metro (indíquelo por favor, por orden de importancia)?

1º	2º	3º
----	----	----

CENTRÁNDONOS EN ESTA LÍNEA (programación: capturar línea)...

P.4. ¿Qué valoración, de 0 a 10, le merece el servicio de Metro en esta línea?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

P.6. En esta línea, ¿Qué aspectos del servicio deben mejorarse más? (Máx. 3, anotar por orden de mención)

1º	2º	3º
----	----	----

P.5. a. ¿Qué puntuación, de 0 a 10, le merece la importancia de cada uno de los siguientes aspectos (preguntar para cada aspecto) en esta línea? P.5.b. y, ¿Qué valoración le da al servicio de metro en esta línea respecto a... (leer cada aspecto)?

ASPECTOS (Tipo de cuestionario)	P.5.A. VALORACIÓN										
1. Funcionamiento Máq. automáticas expendedoras de billetes (ad.ns/nc)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
5. Seguridad ante accidentes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
8. Atención a reclamaciones y sugerencias (admite.ns/nc)	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
11. Paradas anormales de los trenes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
13. Temperatura y ventilación en las estaciones	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
20. Marcha Silenciosa de los trenes	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10

Si valoración menor 5 pts, indicar el porqué

P.14. (A TODOS) ¿Recomendaría el uso de Metro de Madrid como medio de transporte?

Si	1
No	2

P.15. ¿Cuál es su nivel de recomendación de 0 a 10?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

P.16 2 posibles preguntas.





EJEMPLO DE CUESTIONARIO ENCUESTA DE PERCEPCION DEL SERVICIO – 3ª oleada

MODELO ENCUESTA DE PERCEPCIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS CLIENTES DE METRO DE MADRID

Fecha: ____/____/2017 Estación: _____ Línea _____ Hora: ____:____ Tramo: _____ Encuestador: _____ Encuesta Nº: _____

F.0. ¿Es Vd. trabajador de Metro, EMT ó Cercanías Renfe? → En caso afirmativo, NO
→ → → → → → → VÁLIDO. NO SE ENCUESTA.

de 7:00-9:30h	1h
de 9:30-13:00h	2h
de 13:00-16:30h	3h
de 16:30-18:00h	4h
de 18:00-21:00h	5h
de 21:00-22:00h	6h

F.1. SEXO	F.2. EDAD	F.3. NACIONALIDAD	F.4. TIPO DE BILLETE	F.5. MOTIVO DEL VIAJE	F.6. Nº DE VIAJES SEMANALES
1. → Hombre	1. → De 16 a 24 años	1. → Nacional residente CM	1. → Sencillo / Comb. 1 viajes	1. → Trabajo	1. → Menos de 4
2. → Mujer	2. → De 25 a 34 años	2. → Nacional turista	2. → Metrobús / Comb. 10 viajes	2. → Estudios	2. → De 4 a 10
	3. → De 35 a 44 años	3. → Extranjero residente CM	3. → Abono Transporte	3. → Ocio	3. → De 11 a 20
	4. → De 45 a 54 años	4. → Extranjero turista	4. → Turístico	4. → Gestión de trabajo	4. → Más de 20
	5. → De 55 a 59 años			5. → Médico	
	6. → Mayor de 59 años			6. → Compras	
				7. → Otros	

P.1. ¿Qué valoración, de 0 a 10, le merece el servicio de Metro en su conjunto? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P.3. ¿Puede decirme cuáles son los 3 aspectos más importantes del servicio de Metro (indíquelo por favor, por orden de importancia)?

1º 2º 3º

P.6. En esta línea, ¿Qué aspectos del servicio deben mejorarse más? (Máx. 3, anotar por orden de mención)

1º 2º 3º

CENTRÁNDONOS EN ESTA LÍNEA (programación: capturar línea)

P.4. ¿Qué valoración, de 0 a 10, le merece el servicio de Metro en esta línea? 0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P.5.a. ¿Qué puntuación, de 0 a 10, le merece la importancia de cada uno de los siguientes aspectos (preguntar por cada aspecto) en esta línea? P.5.b. y, ¿Qué valoración le da al servicio de metro en esta línea respecto a... (leer cada aspecto)?

ASPECTOS: (-Tipo de cuestionario)α	P.5.A.-IMPORTANCIAα											α	P.5.B.-VALORACIÓNα											α
1.-Funcionamiento- Máq.-automáticas- expendedoras-de-billetes-(admite-99.ns/ng)α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α
5.-Seguridad-ante-accidentesα	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α
8.-Atención-a-reclamaciones-y-sugerencias-(admite-99.ns/ng)α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α
11.-Paradas-anormales-de-los-trenesα	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α
17.-Conservación-de-estaciones,-a-excepción-el-funcionamiento-de- instalacionesα	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α
20.-Marcha-Silenciosa-de-los-trenesα	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α	0α	1α	2α	3α	4α	5α	6α	7α	8α	9α	10α	α

1





MODELO - ENCUESTA DE PRECEPCIÓN DEL SERVICIO POR PARTE DE LOS CLIENTES DE METRO DE MADRID - -

¶

¶

¶

P6. --Teniendo en cuenta las posibles dificultades, para el año próximo usted espera que, de forma razonable Metro de Madrid mejore, en cada uno de los aspectos...



	Mucho	Bastante	Algo	Nada
1. Funcionamiento Máq. - automáticas - expendedoras de billetes (admite 99.ns/p.c)	4	3	2	1
5. Seguridad ante accidentes	4	3	2	1
8. Atención a reclamaciones y sugerencias (admite 99.ns/p.c)	4	3	2	1
11. Paradas anormales de los trenes	4	3	2	1
17. Conservación de estaciones, a excepción el funcionamiento de instalaciones	4	3	2	1
20. Marcha Silenciosa de los trenes	4	3	2	1

¶

¶

P.14. (A-TODOS) - ¿Recomendaría el uso de Metro de Madrid como medio de transporte?

Sí	1
No	2

¶

P.15. - ¿Cuál es su nivel de recomendación de 0 a 10?

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	→ Si menciona 9 ó 10, IR A P.16
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----	---------------------------------

¶

P.16. (Mencionan 9/10 en P.15) - ¿Qué aspectos destaca de Metro para recomendarlo? (entrevistador, anotar, indagar)

¶

¶

MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN. - HEMOS TERMINADO LA ENCUESTA. ¶

¶



ESTUDIO DE IMAGEN DE METRO DE MADRID METRO DE MADRID

Octubre de 2011

PRESENTACIÓN

Buenos días/tardes, mi nombre es _____, y soy un/a entrevistador/a de xxxx,. En estos momentos estamos realizando un estudio sobre imagen de medios de transporte. ¿Sería tan amable de colaborar con nosotros contestándome a unas preguntas?

Sus respuestas serán tratadas de manera confidencial y, además, serán agrupadas con las de otras personas que están colaborando en el estudio. Muchas gracias.

DATOS DE IDENTIFICACIÓN DE MUESTRA Y CONTROL DE CUOTAS

TIPO DE MUESTRA

- Municipio de Madrid..... 1
- Metro Sur 2
- TFM 3
- Metro Norte 4
- Metro Este 5
- Resto Comunidad 6

(Grabar código INE municipio dentro de cada submuestra)

F1. SEXO: 1 Hombre
2 Mujer

F2. EDAD: |__| |__| años

F3. ANOTAR TRAMO DE EDAD

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| – Menos de 16 años | ENTREVISTA NO VÁLIDA |
| – Entre 16 y 24 años 1 | CONTINUA |
| – Entre 25 y 34 años 2 | CONTINUA |
| – Entre 35 y 44 años 3 | CONTINUA |
| – Entre 45 y 54 años 4 | CONTINUA |
| – Entre 55 y 59 años 4 | CONTINUA |
| – Más de 60 años 5 | CONTINUA |



F.4 ¿Podría decirme si usted o algún miembro de su familia trabajan en alguno de los siguientes sectores o empresas?

	Sí	No
– Publicidad / Marketing	1	2
– Estudios de Mercado y Opinión Pública	1	2
– Metro de Madrid	1	2
– Empresa Municipal de Transportes de Madrid	1	2
– RENFE Cercanías	1	2

Atención: **ENTREVISTA NO VÁLIDA** si la respuesta es afirmativa en alguno de las opciones de respuesta.

IMAGEN: DIMENSIÓN GLOBAL

Para empezar, vamos a hablar de la imagen que transmiten las empresas de transporte público de la Comunidad de Madrid.

P1. En una escala de 0 a 10, en la que 0 es la peor puntuación posible y 10 la mejor, ¿qué puntuación daría a la imagen que usted tiene de Metro de Madrid? ¿Y de la EMT de Madrid? ¿Y de RENFE Cercanías?
(Entrevistador: leer y rotar.)

												No conoce	No sabe	No contesta
Metro de Madrid	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	97	98	99
EMT de Madrid	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	97	98	99
RENFE Cercanías	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	97	98	99



IMAGEN: DIMENSIÓN DE SERVICIO

A continuación me gustaría que hablásemos del servicio que presta, concretamente, Metro de Madrid. Para ello utilice una escala de 0 a 10, donde 0 es Mínima valoración y 10 Máxima valoración.

P2. Por lo que usted sabe o por lo que se imagina, dígame qué valoración le concede a los siguientes aspectos que forman parte del servicio de Metro de Madrid, teniendo en cuenta todos los ámbitos en los que opera (Madrid ciudad, Metro Sur, Metro Norte, Metro Este y TFM) *(Entrevistador: rotar y leer. Para cada aspecto del servicio hay que leer las especificaciones que lo acompañan para que el encuestado tenga presente en todo momento de a qué nos estamos refiriendo)* (98 No sabe y 99 No contesta)

	P2	No sabe	No contesta
• Accesibilidad <i>(Es decir: funcionamiento de torniquetes, máquinas expendedoras, escaleras mecánicas)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Tiempos <i>(Es decir: Tiempos de espera en el andén, rapidez del viaje en tren, ausencia de paradas anormales de los trenes)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Atención al cliente <i>(Es decir: Atención y amabilidad de los empleados de Metro de Madrid y de los vigilantes de seguridad, atención a reclamaciones y sugerencias, etc...)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Información y señalización <i>(Es decir: Información ante incidencias de servicio, señalización de estaciones, andenes...)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Seguridad <i>(Es decir: Seguridad ante accidentes, seguridad respecto de agresiones, robos, etc...)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Confort de estaciones <i>(Es decir: Temperatura y ventilación de las estaciones, limpieza, conservación, iluminación...)</i>	/ _ / _ /	98	99
• Confort de trenes <i>(Es decir: Espacio disponible dentro de los coches, temperatura y ventilación, limpieza, marcha silenciosa de los trenes, conservación, iluminación, etc...)</i>	/ _ / _ /	98	99

P3. Y teniendo en cuenta todos los aspectos del servicio comentados, en una escala de 0 a 10, ¿qué valoración global le daría al servicio que presta Metro de Madrid en todos sus ámbitos?

/ _ / _ / 98. No sabe 99. No contesta



IMAGEN: DIMENSIÓN DE EMPRESA

A continuación, me gustaría que valorase a Metro de Madrid en cada una de las dimensiones que definen una empresa; para ello utilice una escala de 0 a 10 (donde 0 es Mínima valoración y 10 Máxima valoración).

P4a. Vamos a empezar por valorar el COMPROMISO con el que opera esta empresa. Valore a Metro de Madrid como... *(Entrevistador: Leer cada atributo. Rotar atributos, a excepción de la Global. Recordarle que la escala es de 0 a 10) (98 No sabe y 99 No contesta)*

COMPROMISO	METRO DE MADRID
• Empresa comprometida con el Medio Ambiente	/ _ / _ /
• Empresa que realiza acciones sociales/culturales	/ _ / _ /
• Adquiere compromisos de servicio con los usuarios	/ _ / _ /
• Valoración Global de EMPRESA COMPROMETIDA	/ _ / _ /

P4b. A continuación le presento una serie de aspectos relacionados con el DINAMISMO. Dígame en qué medida valora Metro de Madrid como... *(Entrevistador: Leer cada atributo. Rotar atributos, a excepción de la Global. Recordarle que la escala es de 0 a 10) (98 No sabe y 99 No contesta)*

DINAMICA	METRO DE MADRID
• Empresa que incorpora nuevas tecnologías	/ _ / _ /
• Empresa con vocación / voluntad de mejora	/ _ / _ /
• Empresa que se renueva	/ _ / _ /
• Empresa en expansión/que crece	/ _ / _ /
• Valoración Global de EMPRESA DINÁMICA / INNOVADORA	/ _ / _ /

P4c. Respecto al LIDERAZGO que tiene esta empresa, dígame su valoración como... *(Entrevistador: Leer cada atributo. Rotar atributos, a excepción de la Global. Recordarle que la escala es de 0 a 10) (98 No sabe y 99 No contesta)*

LIDERAZGO	METRO DE MADRID
• Empresa con trayectoria / experiencia	/ _ / _ /
• Empresa referente en el sector del transporte de viajeros	/ _ / _ /
• Empresa reconocida internacionalmente	/ _ / _ /
• Valoración Global de EMPRESA LÍDER	/ _ / _ /



P4d. Y cómo valora la EFICACIA EN LA GESTION de la empresa Metro de Madrid... **(Entrevistador: Leer el atributo que compone la dimensión. Recordarle que la escala es de 0 a 10) (98 No sabe y 99 No contesta)**

	METRO DE MADRID
• EFICACIA EN LA GESTIÓN	/ _ / _ /

P4e. Por último, en cuanto a los rasgos de IDENTIFICACIÓN con una empresa, valore a Metro de Madrid como... **(Entrevistador: Leer cada atributo. Rotar atributos, a excepción de la Global. Recordarle que la escala es de 0 a 10) (98 No sabe y 99 No contesta)**

IDENTIFICACIÓN	METRO DE MADRID
• Empresa que se identifica con la ciudad de Madrid	/ _ / _ /
• Empresa que le gusta/por la que siente simpatía	/ _ / _ /
• Nivel general de IDENTIFICACIÓN	/ _ / _ /

P4f. Y teniendo en cuenta todas las dimensiones que definen a una empresa; compromiso, dinamismo, liderazgo, gestión e identificación, ¿qué valoración global le daría a Metro de Madrid? Para ello, utilice la misma escala de 0 a 10 **(98 No sabe y 99 No contesta)**

METRO DE MADRID
/ _ / _ /

IMAGEN: DIMENSIÓN DE COMUNICACIÓN

Como usted sabe, Metro de Madrid realiza diferentes tipos de comunicaciones dirigidas a los madrileños. Estas comunicaciones se presentan en forma de campañas de publicidad, comunicados oficiales a través de noticias publicadas en diferentes medios, información en los paneles ubicados dentro de las instalaciones de Metro, etc... Me gustaría que valorase a Metro de Madrid en los siguientes aspectos que definen la comunicación que realizan. Para ello, utilice una escala de 0 a 10, donde 0 es Mínima valoración y 10 Máxima valoración.

P5a. Para empezar, vamos a centrarnos en el MENSAJE de su publicidad/comunicación, valore en qué medida cree que la publicidad/comunicación de Metro de Madrid contribuye a... **(Entrevistador: leer y rotar aspectos, a excepción del Global) (98 No sabe y 99 No contesta)**

MENSAJE	METRO DE MADRID	No sabe	No contesta
• Que se haga un mayor uso del Metro	/ _ / _ /	98	99
• Mejorar la imagen de la empresa Metro de Madrid	/ _ / _ /	98	99
• Valoración Global del MENSAJE DE LA PUBLICIDAD/ COMUNICACIÓN DE METRO	/ _ / _ /	98	99



P5b. Y en cuanto al FORMATO Y CONTENIDO de la publicidad/comunicación de Metro de Madrid, valore en qué medida ésta... *(Entrevistador: leer y rotar aspectos, a excepción del global)* (98 No sabe y 99 No contesta)

FORMATO Y CONTENIDO	METRO DE MADRID	No sabe	No contesta
• Es amable y humana	/ _ / _ /	98	99
• Es atractiva	/ _ / _ /	98	99
• Es veraz y creíble	/ _ / _ /	98	99
• Es clara y entendible	/ _ / _ /	98	99
• Valoración Global del FORMATO Y CONTENIDO DE LA PUBLICIDAD/ COMUNICACIÓN DE METRO	/ _ / _ /	98	99

P5c. Teniendo en cuenta todos los aspectos de la comunicación o publicidad de Metro de Madrid, y siguiendo con la escala de 0 a 10, dígame qué valoración global le daría a dicha comunicación (98 No sabe y 99 No contesta)

___/___/ 98. No sabe 99. No contesta

IMAGEN: ASPECTOS GENERALES

Además de las dimensiones de empresa, de servicio y de comunicación, me gustaría que valorase su grado de acuerdo con las siguientes afirmaciones relacionadas con Metro de Madrid. Para ello, utilice una escala de 0 a 10, donde 0 es Totalmente en desacuerdo y 10 Totalmente de acuerdo. (98 No sabe y 99 No contesta)

		No sabe	No contesta
P6. Metro es el medio de transporte público que prefiero.....	/ _ / _ /	98	99
P7. Metro de Madrid es la empresa de referencia en el transporte público.....	/ _ / _ /	98	99
P8. En comparación con otros servicios públicos como la sanidad, la educación, la seguridad ciudadana, etc... el servicio de Metro es el que mejor funciona.....	/ _ / _ /	98	99

ASOCIACIÓN DE VIAJERO DE METRO

P9. ¿Podría indicarme como define, identifica o qué imagen tienen de una persona que viaje en Metro? *(Entrevistador: respuesta espontánea, anotar literal)* (98 No sabe y 99 No contesta)



PREGUNTAS SOCIODEMOGRÁFICAS

Antes de finalizar, me gustaría realizarle algunas preguntas para clasificar su perfil.

A1. Centrándonos en sus desplazamientos cotidianos, ¿cuál/cuales son los medios de transporte que utiliza? ¿Y con qué frecuencia los utiliza en sus desplazamientos cotidianos? (Entrevistador: Leer)

	Más de 20 viajes semanales	De 11 a 20 viajes semanales	De 4 a 10 viajes semanales	Menos de 4 viajes semanales	No utiliza / Nunca	No sabe	No contesta
Tren de Cercanías	4	3	2	1	0	98	99
Autobús Interurbano	4	3	2	1	0	98	99
Autobús Urbano de Madrid ciudad	4	3	2	1	0	98	99
Autobús Urbano de otras ciudades	4	3	2	1	0	98	99
Metro de Madrid	4	3	2	1	0	98	99
Vehículo propio / particular	4	3	2	1	0	98	99

A2. ¿Cuál es su situación laboral?

- Trabajando..... 1
- Estudiando 2
- Parado 3
- Ama de casa 4
- Jubilado 5



Encuesta de Seguridad



Metro de Madrid, S.A.

Entrevistador/a n°:

Fecha: /// Hora:

BUENOS DÍAS/TARDES. MI NOMBRE ES _____ Y SOY UN ENTREVISTADOR DE LA EMPRESA _____, QUE ESTÁ REALIZANDO UNA **INVESTIGACIÓN SOBRE LA OPINIÓN QUE TIENE VD. DE LA SEGURIDAD EXISTENTE EN EL METRO DE MADRID**. ¿LE IMPORTARÍA CONTESTAR A UNAS PREGUNTAS? SERÁN SOLO UNOS MINUTOS. LOS DATOS QUE LE SOLICITAMOS SE TRATARÁN INFORMÁTICAMENTE PARA REALIZAR ANÁLISIS E ESTADÍSTICOS DE FORMA **ANÓNIMA**, SIN GRABAR SUS DATOS PERSONALES Y RESPETANDO SIEMPRE LA LEY ORGÁNICA 5/1992, DE REGULACIÓN DE TRATAMIENTO AUTOMATIZADO DE DATOS (LORTAD) Y SUS MODIFICACIONES POSTERIORES. MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN.

BLOQUE: SELECCIÓN DE LA PERSONA A ENTREVISTAR

P.0G/P.0G2

LÍNEA Y ESTACIÓN DE LA ENTREVISTA _____
ENTREVISTADOR/A: ATENDER A CUOTA 8

P.0A

ANTES DE COMENZAR LA ENCUESTA ¿ES VD. TRABAJADOR DE METRO DE MADRID, LA EMT (EMPRESA MUNICIPAL DE TRANSPORTES) O CERCANÍAS DE RENFE?

(10)

- | | | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------|
| <input type="radio"/> SÍ | <input type="text" value="1"/> | → ENTREVISTA NO VÁLIDA |
| <input type="radio"/> NO | <input type="text" value="2"/> | → PASAR A P.0B |

P.0B

¿ESTÁ VD. RELACIONADO CON EL ÁMBITO DE LA SEGURIDAD?

(11)

- | | | |
|--------------------------|--------------------------------|------------------------|
| <input type="radio"/> SÍ | <input type="text" value="1"/> | → ENTREVISTA NO VÁLIDA |
| <input type="radio"/> NO | <input type="text" value="2"/> | |

P.0D

SEXO
ENTREVISTADOR/A: ATENDER A CUOTA 8

(12)

- | | |
|------------------------------|--------------------------------|
| <input type="radio"/> HOMBRE | <input type="text" value="1"/> |
| <input type="radio"/> MUJER | <input type="text" value="2"/> |

P.0E

¿ME PODRÍA DECIR SU EDAD?
ENTREVISTADOR/A: ATENDER A CUOTA 8

(13)

- | | |
|--|--------------------------------|
| <input type="radio"/> DE 16 A 24 AÑOS | <input type="text" value="1"/> |
| <input type="radio"/> DE 25 A 34 AÑOS | <input type="text" value="2"/> |
| <input type="radio"/> DE 35 A 44 AÑOS | <input type="text" value="3"/> |
| <input type="radio"/> DE 45 A 54 AÑOS | <input type="text" value="4"/> |
| <input type="radio"/> DE 55 A 59 AÑOS | <input type="text" value="5"/> |
| <input type="radio"/> MAYOR DE 59 AÑOS | <input type="text" value="6"/> |

EDAD EXACTA

(8)

P.0F

¿CUÁL ES SU NACIONALIDAD?
ENTREVISTADOR/A: ATENDER A CUOTA 8

(15)

- | | |
|--|--------------------------------|
| <input type="radio"/> NACIONAL RESIDENTE EN LA COMUNIDAD DE MADRID | <input type="text" value="1"/> |
| <input type="radio"/> NACIONAL TURISTA | <input type="text" value="2"/> |
| <input type="radio"/> EXTRANJERO RESIDENTE EN LA COMUNIDAD DE MADRID | <input type="text" value="3"/> |
| <input type="radio"/> EXTRANJERO TURISTA | <input type="text" value="4"/> |

P.2

¿QUÉ LÍNEA O LÍNEAS DE METRO DE MADRID ES LA QUE VD. UTILIZA DE MANERA MÁS HABITUAL?
ENTREVISTADOR/A: LOS TRASBORDOS DENTRO DE UN MISMO VIAJE ENTRE LÍNEAS, COMO LÍNEA 10 Y METRO NORTE O LÍNEA 7 Y METRO ESTE, SE CONSIDERARÁN COMO DISTINTAS LÍNEAS.

(para programación) en el momento que se marque ns/nc en 2º o 3er. lugar que no tengas que seguir rellenando el resto de columnas

	1ª Más habitual (16)	2ª Más habitual (17)	3ª Más habitual (18)	4ª Más habitual (19)
• LÍNEA 1	1	1	1	1
• LÍNEA 2	2	2	2	2
• LÍNEA 3	3	3	3	3
• LÍNEA 4	4	4	4	4
• LÍNEA 5	5	5	5	5
• LÍNEA 6	6	6	6	6
• LÍNEA 7 A	7	7	7	7
• LÍNEA 7 B (METRO ESTE)	7	7	7	7
• LÍNEA 8	8	8	8	8
• LÍNEA 9	9	9	9	9
• TFM	10	10	10	10
• LÍNEA 10 A	11	11	11	11
• LÍNEA 10 B (METRO NORTE)	11	11	11	11
• LÍNEA 11	12	12	12	12
• LÍNEA 12	13	13	13	13
• RAMAL	14	14	14	14
• ML 1	15	15	15	15
• NS/NC		99	99	99

BLOQUE: SEGURIDAD GENERAL

A TODOS LOS ENTREVISTADOS

P.3

¿CUÁL ES SU VALORACIÓN GLOBAL DE LA SEGURIDAD EN EL METRO DE MADRID, TENIENDO EN CUENTA EL CONJUNTO DE MEDIDAS DE QUE DISPONE (CÁMARAS, INTERFONOS, VIGILANTES, ETC.). (UTILICE UNA ESCALA DE 0 A 10 DONDE 0 ES LA MÍNIMA PUNTUACIÓN Y 10 LA MÁXIMA).

(23)

Respuesta obligatoria

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

* NO SABE / NO CONTESTA

99

Si ns/nc → fin de la entrevista

P.6

Y COMPARANDO LA SEGURIDAD EXISTENTE DENTRO DEL METRO DE MADRID CON LA DE OTROS MEDIOS DE TRANSPORTE PÚBLICO (AUTOBUSES O RENFE), ¿CONSIDERA VD. QUE LA SEGURIDAD DEL METRO DE MADRID...?

(27)

* ES PEOR	1
* IGUAL	2
* ES MEJOR	3
* NO SABE / NO CONTESTA	99

P.7

Y COMPARANDO LA SEGURIDAD DEL METRO DE MADRID CON LA QUE EXISTE EN LA CALLE ¿CONSIDERA VD. QUE ES LA SEGURIDAD DEL METRO DE MADRID ...?

(28)

* ES PEOR	1
* IGUAL	2
* ES MEJOR	3
* NO SABE / NO CONTESTA	99

A partir de ahora le voy a realizar unas preguntas relacionadas con esta línea de Metro, donde nos encontramos ahora

P.4

A CONTINUACIÓN LE HAREMOS UNA SERIE DE PREGUNTAS SOBRE LA SEGURIDAD EN ESTA LÍNEA DE METRO. ¿CUÁL ES SU VALORACIÓN DE LA SEGURIDAD EN ESTA LÍNEA EN CONCRETO?. (UTILICE UNA ESCALA DE 0 A 10 DONDE 0 ES LA MÍNIMA PUNTUACIÓN Y 10 LA MÁXIMA).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

* NO SABE / NO CONTESTA

99

P.5

EN RELACIÓN AL PASADO AÑO, ¿PIENSA VD. QUE LA SEGURIDAD EN ESTA LÍNEA DEL METRO DE MADRID...

(25)

* HA MEJORADO	1
* HA EMPEORADO	2
* SIGUE IGUAL (NO HA MEJORADO NI HA EMPEORADO)	3
* NO SABE / NO CONTESTA	99

→ Pasar a P.5A

→ Pasar a P.21

A QUIENES P.5 = 1 Ó 2

P.5A

¿POR QUÉ PIENSA VD. QUE HA VARIADO?

ENTREVISTADOR/A: NO SUGERIR. INSISTIR POSIBILIDAD DE VARIAS RESPUESTAS

(26)

* NO SABE / NO CONTESTA	99
* OTROS (ESPECIFICAR MOTIVOS)	98

BLOQUE: PERSONAL DE SEGURIDAD DEL METRO DE MADRID

A TODOS LOS ENTREVISTADOS

P.21

¿PODRÍA DECIRME SI HA TENIDO VD. ALGÚN INCIDENTE DE SEGURIDAD PERSONAL EN EL METRO DURANTE ESTE AÑO?

(42)	
• SÍ	1
• NO	2
• NO SABE / NO CONTESTA	99

➔ Pasar A.P.22

Pasar A.P.11

P.25

EN ESTA LÍNEA, ¿PERCIBE LA LABOR DE LOS VIGILANTES?

(32)

• MUCHO, ES MUY VALIOSA	1	Pasar A P.25A
• BASTANTE, PERO PODRÍA MEJORAR	2	
• POCO, TIENE QUE MEJORAR	3	
• NADA, NO SIRVE DE NADA	4	

A QUIENES P.21 = 1

P.22

¿QUÉ TIPO DE INCIDENTE DE SEGURIDAD TUVO VD.? ENTREVISTADOR/A: LEER RESPUESTAS Y ANOTAR. POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

(43)	
• ROBO/HURTO	1
• AGRESIÓN	2
• INSULTOS/AMENAZAS CON OTRO VIAJERO	3
• ACCIDENTES	4
• OTROS (ESPECIFICAR)	99

P.25.A

¿DE ESTOS QUE LE LEO, POR QUÉ MOTIVO PIENSA ESTO? ENTREVISTADOR/A: LEER RESPUESTAS Y ANOTAR. POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

(32)

• NO ESTÁN O NO LES VEO NUNCA	1
• LES VEO DISTRAIDOS CON EL MÓVIL	2
• LES VEO DISTRAIDOS EN GENERAL	3
• SON POCO ACTIVOS	4
• NO ESTÁN PREPARADOS	5
• NO TIENEN LA AUTORIDAD SUFICIENTE	6
• NO SABE / NO CONTESTA	99
• OTROS (ESPECIFICAR)	98

A TODOS LOS ENTREVISTADOS

P.11

¿CUÁL ES SU VALORACIÓN GLOBAL DE LOS VIGILANTES DE SEGURIDAD DE ESTA LÍNEA DE METRO DE MADRID? (UTILICE DE NUEVO UNA ESCALA DE 0 A 10 DONDE 0 ES LA MÍNIMA PUNTUACIÓN Y 10 LA MÁXIMA).

(32)	
• MÍNIMA PUNTUACIÓN	0
• 1	1
• 2	2
• 3	3
• 4	4
• 5	5
• 6	6
• 7	7
• 8	8
• 9	9
• MÁXIMA PUNTUACIÓN	10
• NO SABE / NO CONTESTA	99

P.16

ENTRE LAS SIGUIENTES SITUACIONES QUE LE NOMBRO A CONTINUACIÓN, DÍGAME EN CUÁL DE ELA LE GUSTARÍA QUE LA ACTUACIÓN DE LOS VIGILANTES FUESE MAYOR ENTREVISTADOR/A: LEER OPCIONES DE RESPUESTA. ÚNICA RESPUESTA

(37)

• VENTA AMBULANTE EN ESTACIONES	1
• MÚSICOS O PERSONAS PIDIENDO EN TRENES	2
• ACTOS VANDÁLICOS	3
• PERSONAS QUE ENTRAN SIN PAGAR (SE CUELAN)	4
• NINGUNO (NO LEER)	6
• NO SABE / NO CONTESTA	99
• OTRA SITUACIÓN (ESPECIFICAR)	98

P.18

¿HA SOLICITADO VD. EN ALGUNA OCAIÓN LA AYUDA DE UN VIGILANTE DE SEGURIDAD?

(39)

• SÍ	1	➔ Pasar A.P.19
• NO	2	
• NO SABE / NO CONTESTA	99	

A QUIENES P.18 = 1

P.19

¿CUÁL FUE EL MOTIVO POR EL QUE PIDIÓ AYUDA A UN VIGILANTE DE SEGURIDAD?
ENTREVISTADOR/IA: LEER RESPUESTAS Y ANOTAR. POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

• PARA SOLICITAR INFORMACIÓN	1
• PARA INFORMARLE DE UN INCIDENTE QUE ESTABA OCURRIENDO	2
• PARA PEDIR AUXILIO	3
• NO SABE / NO CONTESTA	99
• OTROS MOTIVOS (ESPECIFICAR)	98

P.20

¿Y QUÉ LE PARECIÓ LA ATENCIÓN RECIBIDA POR EL/LOS VIGILANTE/S DE SEGURIDAD DE METRO DE MADRID?. (UTILICE UNA ESCALA DE 0 A 10 DONDE 0 ES LA MÍNIMA PUNTUACIÓN Y 10 LA MÁXIMA).

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

• NO SABE / NO CONTESTA

99

P.26

¿QUÉ VALORA MÁS POSITIVAMENTE DE LOS VIGILANTES? ENTREVISTADOR/IA: NO SUGERIR. INSISTIR POSIBILIDAD DE VARIAS RESPUESTAS

(28)

• NO SABE / NO CONTESTA	99
• OTROS (ESPECIFICAR MOTIVOS)	98

BLOQUE: PUNTOS DÉBILES

P.8

¿HAY ALGÚN LUGAR O LUGARES EN ESTA LÍNEA DEL METRO DE MADRID DONDE PERCIBA VD. QUE LA SEGURIDAD ES MENOR?
ENTREVISTADOR/A: LEER RESPUESTAS Y ANOTAR.
POSIBILIDAD DE RESPUESTA MÚLTIPLE

(28)

• VESTÍBULOS	1
• ANDENES	2
• PASILLOS / ACCESOS	3
• TRENES	4
• NINGUNO (NO LEER)	5

P.10

¿CUÁL DE LOS ELEMENTOS DE LOS QUE LE LEO A CONTINUACIÓN, CONSIDERA VD. QUE ES EL MÁS IMPORTANTE PARA MEJORAR LA SEGURIDAD EN EL METRO DE MADRID? DÍGAME SÓLO UNA RESPUESTA.
ENTREVISTADOR/A: LEER OPCIONES DE RESPUESTA.
ÚNICA RESPUESTA

(31)

• INTERFONOS PARA PODER COMUNICARSE CON LA SEGURIDAD O EMPLEADOS DE METRO	1
• CÁMARAS DE SEGURIDAD	2
• VIGILANTES DE SEGURIDAD	3
• PERSONAL DE METRO EN GENERAL	4
• BUENA ILUMINACIÓN DE LOS TRANSBORDOS Y ACCESOS ENTRE LÍNEAS Y ESTACIONES	5
• DISEÑO DE ESTACIONES QUE EVITEN PASILLOS LARGOS Y CURVAS	6
• NINGUNO DE LOS ANTERIORES (NO LEER)	7

BLOQUE: HÁBITOS Y USOS DEL SERVICIO DE METRO

P.0I

APROXIMADAMENTE ¿CUÁNTOS VIAJES REALIZA VD. EN METRO EN UNA SEMANA NORMAL?

(20)

• MENOS DE 4 VIAJES	1
• ENTRE 4 Y 10 VIAJES	2
• ENTRE 11 Y 20 VIAJES	3
• MÁS DE 20 VIAJES	4
• NO SABE / NO CONTESTA	99

ESPECIFICAR NÚMERO DE VIAJES

(21)

P.0J

¿VD. VIAJA EN ESTOS MOMENTOS POR MOTIVOS DE ...?
ENTREVISTADOR/A: SUGERIR OPCIONES DE RESPUESTA.
RESPUESTA ÚNICA

(22)

• TRABAJO	1
• ESTUDIOS	2
• GESTIONES DE TRABAJO	3
• OCIO	4
• COMPRAS	5
• MÉDICO	6
• OTROS (ESPECIFICAR)	99



ENCUESTA DE INFORMACIÓN GENERAL

A SEXO

• HOMBRE	1
• MUJER	2

B ¿ME PODRÍA DECIR SU EDAD?

• DE 16 A 24 AÑOS	1
• DE 25 A 34 AÑOS	2
• DE 35 A 44 AÑOS	3
• DE 45 A 54 AÑOS	4
• DE 55 A 59 AÑOS	5
• MÁS DE 59 AÑOS	6

(10)

ESPECIFICAR EDAD

(10)

C APROXIMADAMENTE ¿CUÁNTOS VIAJES REALIZA VD. EN METRO EN UNA SEMANA NORMAL?

• MENOS DE 4 VIAJES	1
• ENTRE 4 Y 10 VIAJES	2
• ENTRE 11 Y 20 VIAJES	3
• MÁS DE 20 VIAJES	4

ESPECIFICAR VIAJES

D NACIONALIDAD?

• NACIONAL RESIDENTE EN COMM	1
• NACIONAL TURISTA	2
• EXTRANJERO RESIDENTE EN COMM	3
• EXTRANJERO TURISTA	4

BLOQUE: VALORACIÓN GENERAL

P.1A DE FORMA GENERAL SI VD. TUVIERA QUE DARLE UNA NOTA DE 0 A 10 A LA INFORMACIÓN QUE OFRECE METRO DE MADRID A SUS VIAJEROS, ¿QUÉ NOTA LE DARÍA?

A B

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

(60)

P.1B CON RESPECTO A ESTA LÍNEA (AQUELLA MARCADA EN P.2B), SI VD. TUVIERA QUE DARLE UNA NOTA DE 0 A 10 A LA INFORMACIÓN QUE OFRECE METRO DE MADRID A SUS VIAJEROS, ¿QUÉ NOTA LE DARÍA?

A B

0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

(60)

BLOQUE: IMPORTANCIA DE LAS ÁREAS

P.1C EN UNA ESCALA QUE VA DE 0 "NADA IMPORTANTE" A 10 "MUY IMPORTANTE" ¿HASTA QUÉ PUNTO LE PARECE A VD. IMPORTANTE ESTOS ASPECTOS REFERIDOS A LA INFORMACIÓN QUE METRO DE MADRID OFRECE A SUS VIAJEROS? ENTREVISTADORIA: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y LEER LA ESCALA

A B

	NADA IMPORTANTE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	MUY IMPORTANTE
• INFORMACIÓN ACERCA DE LA PLANIFICACIÓN DEL VIAJE (PLANOS, TARIFAS, HORARIOS, ...)		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	(23)
• INFORMACIÓN EN ANDENES		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	(23)
• INFORMACIÓN DENTRO DEL TREN		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	(23)
• INFORMACIÓN SOBRE LAS INCIDENCIAS		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	(23)
• INFORMACIÓN PROPORCIONADA A TRAVÉS DEL PERSONAL METRO, PÁGINA WEB, TWITTER, ...		0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	(23)

CENTRÁNDONOS EN ESTA LÍNEA _____ EN LA QUE ESTAMOS AHORA, ¿QUE ME HA COMENTADO QUE ES SU LÍNEA O UNA DE SUS LÍNEAS HABITUALES

BLOQUE: DIFICULTADES DE ORIENTACIÓN EN ESTACIONES Y TRENES

P.2 VAMOS A CENTRARNOS EN LA INFORMACIÓN BÁSICA QUE OFRECE METRO DE MADRID ¿PODRÍA DECIRME SI ENCUENTRA VD. DIFICULTAD PARA ORIENTARSE CON LOS SIGUIENTES ASPECTOS? ENTREVISTADORIA: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y ESCALA

A B

	MUCHAS	BASTANTES	ALGUNAS	NINGUNA	NO LO NECESITA	N/NC
2.1 • DESDE FUERA DEL METRO, COMO LLEGAR HASTA LA ESTACIÓN MÁS PRÓXIMA	1	2	3	4	5	99
2.2 • A QUÉ ESTACIÓN DIRIGIRSE Y COMO LLEGAR HASTA ELLA MEDIANTE LOS PLANOS	1	2	3	4	5	99
2.3 • ELLEGIR EL ANDÉN QUE LE LLEVA EN LA DIRECCIÓN ADECUADA	1	2	3	4	5	99
2.4 • A DÓNDE DIRIGIRSE PARA UN TRANSBORDO	1	2	3	4	5	99
2.5 • POR DÓNDE SALIR DE UNA ESTACIÓN	1	2	3	4	5	99
2.6 • COMO CAMBIAR DE TREN (SÓLO PARA LAS ESTACIONES DE LAS LÍNEAS L7, L8, L9)	1	2	3	4	5	99
2.7 • COMO DIRIGIRSE AL ASCENSOR ADECUADO	1	2	3	4	5	99

P.3 ¿CÓMO VALORA LA INFORMACIÓN FACILITADA PARA ADQUIRIR LOS BILLETES A TRAVÉS DE LAS MÁQUINAS EXPENDEDORAS?

A B

	MUY BUENA	BUENA	MALA	MUY MALA	N/NC
3	4	3	2	1	99

P.4 ¿CONSIDERA VD. QUE LA INFORMACIÓN PARA UTILIZAR LAS CANCELADORAS QUE HAY DENTRO DE LOS TRENES DE LAS LÍNEAS DE METRO LIGERO ES ...?

A B

	MUY BUENA	BUENA	MALA	MUY MALA	N/NC
4	4	3	2	1	99

P.32 ¿CREE ADECUADO UTILIZAR LOS TELEINDICADORES PARA INFORMACIONES SOBRE NECESIDADES DE CAMBIO DE TREN?

A B

	SI	A VECES	NO	N/NC
32	4	3	2	1

BLOQUE: PLANIFICACIÓN DEL VIAJE

P.5 ¿CÓMO VALORA LA INFORMACIÓN DE LAS ESTACIONES DE ESTA LÍNEA PARA PLANIFICAR EL VIAJE (PLANOS, CARTELES CON TARIFAS, CARTELES CON HORARIOS E INTERVALOS DE PASO DE TRENES)?

A B

	MUY BUENA	BUENA	MALA	MUY MALA	N/NC
5	4	3	2	1	99

P.6 VALORE LA INFORMACIÓN QUE LE FACILITA CADA UNO DE ELLOS ENTREVISTADORIA: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y ESCALA

A B

	MUY BUENA	BUENA	MALA	MUY MALA	N/NC
6.1 • PLANOS DE LA RED	4	3	2	1	99
6.2 • CARTELES DE TARIFAS	4	3	2	1	99
6.3 • CARTELES DE HORARIOS E INTERVALOS DE PASO DE LOS TRENES	4	3	2	1	99
6.4 • PLANOS SIGNAL/CALLEJERO	4	3	2	1	99
6.5 • CARTEL DE INFORMACIÓN GENERAL EN TAGUILLA	4	3	2	1	99
6.6 • PLANOS DE BOLULLO	4	3	2	1	99
6.7 • PÁGINA WEB	4	3	2	1	99
6.8 • APP / Aplicación para móvil	4	3	2	1	99
6.9 • TWITTER	4	3	2	1	99

P.6.5 ¿LE RESULTA ÚTL LA INFORMACIÓN OFRECIDA POR LOS TELEINDICADORES (CARTELES ELECTRONICOS) DEL VESTIBULO DE ESTA LÍNEA?

A B

	MUY ÚTL	ÚTL	POCO ÚTL	NADA ÚTL	NO HAY	N/NC
6.5	4	3	2	1	5	99

P.9 AHORA NOS CENTRAREMOS EN LA INFORMACIÓN PARA SEGUIR EL ITINERARIO ELIGIDO, ¿ME PODRÍA VALORAR LA INFORMACIÓN APORTADA PARA AYUDARLE A MOVVERSE EN LA ESTACIÓN ¿UNA VEZ QUE HA ELIGIDO SU ITINERARIO, LA INDICACIÓN PARA TRANSBORDAR, ¿OPORTE A UNA LÍNEA, ANDÉN O SALIDA DESEADA?

A B

	MUY BUENA	BUENA	MALA	MUY MALA	N/NC
9	4	3	2	1	99

¿Por qué es mala? ¿Muy mala?

P.33 EN UNA SUSPENSIÓN DE SERVICIO POR OBRAS EN VERANO, ¿CREE NECESARIO RECIBIR INFORMACIÓN POR MEGAFONÍA Y TELEINDICADORES DURANTE LA DURACIÓN DE TODA LA SUSPENSIÓN?

A B

	SI	A VECES	NO	N/NC
33	4	3	2	1



BLOQUE: INFORMACIÓN EN ANDENES / ESTACIONES

P.13

Y EN UNA ESCALA DE 0 A 10 ¿QUÉ NOTA DARÍA A LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONA METRO DE MADRID EN LAS ESTACIONES Y ANDENES DE ESTA LÍNEA A SUS VIAJEROS?

A B

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

P.12

¿CUÁNDO ESCUCHA ALGÚN MENSAJE EN LA ESTACIÓN Y ANDÉN A TRAVÉS DE LA MEGAFONÍA? ¿LO ENTIENDE CON CLARIDAD?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

B

MUY BIEN BIEN MAL MUY MAL NS/NC
4 3 2 1 99 (23)

P.7

VALORE LA INFORMACIÓN OFRECIDA EN LOS CARTELES ELECTRÓNICOS SOBRE LA EXACTITUD EN EL TIEMPO DE LLEGADA DEL SIGUIENTE TREN

A

MUY BUENA BUENA MALA MUY MALA NO HAY NS/NC
4 3 2 1 6 99 (23)

P.6.6

¿LE RESULTA ÚTIL LA INFORMACIÓN OFRECIDA DE LA LLEGADA DEL 2º TREN EN LOS TELEINDICADORES (CARTELES ELECTRÓNICOS)?

B

MUY ÚTIL ÚTIL POCO ÚTIL NADA ÚTIL NO HAY NS/NC
4 3 2 1 6 99 (23)

P.8

EN ESTE SENTIDO, ¿PODRÍA VALORAR EL FUNCIONAMIENTO DE TELEINDICADORES?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

A

SIEMPRE FUNCIONA / MUY BUENA CASI SIEMPRE FUNCIONA / BUENA A VECES FUNCIONA / MALA NUNCA FUNCIONA / MUY MALA NO HAY NS/NC
4 3 2 1 6 99 (23)

BLOQUE: INFORMACIÓN DENTRO DEL TREN

P.17

EN UNA ESCALA DE 0 A 10 ¿QUÉ NOTA DARÍA A LA INFORMACIÓN QUE PROPORCIONA METRO DE MADRID EN LOS TRENES DE ESTA LÍNEA A SUS VIAJEROS?

A B

0 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 (60)

P.15

VALORE LA INFORMACIÓN QUE FACILITA CADA UNO DE ESTOS ELEMENTOS DENTRO DE LOS TRENES
ENTREVISTADOR/A: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y LEER ESCALA

A B

		MUY BUENA	BASTANTE BUENA	BASTANTE MALA	MUY MALA	NS/NC	
15.1	PLANOS DE LA RED	4	3	2	1	99	(23)
15.2	ESQUEMA DE LA LÍNEA	4	3	2	1	99	(23)
15.3	ANUNCIOS POR MEGAFONÍA: PRÓXIMA ESTACIÓN Y LÍNEAS DE CORRESPONDENCIA	4	3	2	1	99	(23)
15.4	ANUNCIOS POR CARTEL ELECTRÓNICO: PRÓXIMA ESTACIÓN Y LÍNEAS DE CORRESPONDENCIA	4	3	2	1	99	(23)
15.5	ANUNCIOS POR MEGAFONÍA: CAMBIO DE TREN (ENTREVISTADOR/A: SÓLO PARA LAS ESTACIONES DE LAS LÍNEAS L7, L9 Y L10)	4	3	2	1	99	(23)
15.6	TELEVISORES DENTRO DEL TREN: SÓLO PARA LAS ESTACIONES DE LAS LÍNEAS L3, L6	4	3	2	1	99	

¿Por qué es Bastante mala/ Muy mala?

P.16

CUÁNDO ESCUCHA ALGÚN MENSAJE DENTRO DE LOS TRENES A TRAVÉS DE LA MEGAFONÍA. ¿LO ENTIENDE CON CLARIDAD?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

B

MUY BIEN BIEN MAL MUY MAL NS/NC
4 3 2 1 99 (23)

BLOQUE: INCIDENCIAS

P.18 ¿CÓMO CALIFICARÍA VD. LA INFORMACIÓN QUE OFRECE METRO DE MADRID SOBRE AVERÍAS U OTRAS INCIDENCIAS EN ESTA LÍNEA? ¿DIRÍA VD. QUE ES ...?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

MUY BUENA	BUENA	MALE	MUY MALA	NO PUEDO VALORAR	NS/NC	
4	3	2	1	6	99	(23)
PASAR A P.24						

P.19 POR SU EXPERIENCIA, ¿PIENSA VD. QUE ESA INFORMACIÓN DE INCIDENCIAS LA SUELEN DAR ...?
ENTREVISTADOR/A: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA

	(10)
• INMEDIATAMENTE DE QUE SE HAYA PRODUCIDO LA INCIDENCIA	4
• POCO DESPUÉS DE HABERSE PRODUCIDO LA INCIDENCIA	3
• MUCHO DESPUÉS DE PRODUCIDA LA INCIDENCIA	2
• NO LA DAN EN ABSOLUTO, NO INFORMAN DE NADA	1

P.20 ¿Y ENCUENTRA VD. QUE EN ESOS CASOS SE INFORMA SOBRE QUÉ LÍNEAS ESTÁN AFECTADAS Y EN QUÉ TRAMOS?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	DE VEZ EN CUANDO	CASI NUNCA	NUNCA	NS/NC	
5	4	3	2	1	99	(23)

P.21 ¿Y SOBRE EL TIEMPO QUE PUEDE TARDAR EN SUBSANARSE EL PROBLEMA? ¿DIRÍA VD. QUE SE INFORMA ...?
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

SIEMPRE	CASI SIEMPRE	DE VEZ EN CUANDO	CASI NUNCA	NUNCA	NS/NC	
5	4	3	2	1	99	(23)

P.22 VALORE LA INFORMACIÓN QUE FACILITA CADA UNO DE ESTOS ELEMENTOS SOBRE INCIDENCIAS DEL SERVICIO
ENTREVISTADOR/A: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y LEER ESCALA

	MUY BUENA	BASTANTE BUENA	BASTANTE MALA	MUY MALA	NS/NC	
22.1 • INFORMACIÓN POR MEGAFONÍA EN LAS ESTACIONES	4	3	2	1	99	(23)
22.2 • INFORMACIÓN POR CARTEL ELECTRÓNICO EN LAS ESTACIONES	4	3	2	1	99	(23)
22.3 • INFORMACIÓN POR WEB	4	3	2	1	99	(23)
22.4 • INFORMACIÓN POR TWITTER	4	3	2	1	99	(23)

P.23 SI ALGUNA VEZ EN ESTE AÑO SE HA VISTO DENTRO DE UN TREN DETENIDO DURANTE UN TIEMPO PROLONGADO EN ESTA LÍNEA, VALORE LA INFORMACIÓN QUE SE LE DIO POR MEGAFONÍA DEL TREN
ENTREVISTADOR/A: CITAR ESCALA

MUY BUENA	BUENA	MALE	MUY MALA	NO HA OCURRIDO	NS/NC	
4	3	2	1	6	99	(23)

BLOQUE: UTILIZACIÓN Y VALORACIÓN DE CANALES ALTERNATIVOS

P.24 ADEMÁS DE LA INFORMACIÓN DENTRO DE LA RED ¿HA UTILIZADO VD. ALGUNO DE LOS MEDIOS QUE LE VOY A LEER PARA INFORMARSE ACERCA DE ESTA LÍNEA SOBRE HORARIOS, TRAYECTOS, PRECIOS, ETC.?

• PERSONAL DE METRO	1
• INTERFONOS AMARILLOS DE LAS ESTACIONES	2
• NINGUNO DE LOS ANTERIORES	3

PASAR A P.26

P.25 ¿CÓMO VALORA LA INFORMACIÓN QUE LE OFRECIERON EN ...?
ENTREVISTADOR/A: CITAR OPCIONES DE RESPUESTA Y LEER ESCALA

	MUY BUENA	BASTANTE BUENA	BASTANTE MALA	MUY MALA	NS/NC	
25.1 • PERSONAL DE METRO	4	3	2	1	99	(23)
25.2 • INTERFONOS AMARILLOS DE LAS ESTACIONES	4	3	2	1	99	(23)

PASAR A P.28

P.28 ¿POR QUÉ DICE VD. QUE LE INFORMARON MAL?
ENTREVISTADOR/A: SUGERIR OPCIONES DE RESPUESTA

28.1 • INFORMACIÓN EQUIVOCADA / ERRÓNEA	1	28.3 • TRATO DESAGRADABLE / POCO AMABLE	3
28.2 • NO SABÍAN / NO TENÍAN NI IDEA DE LO QUE LE PREGUNTABA	2	28.5 • NS/NC	99
		28.4 • OTROS (ESPECIFICAR)	98

OTRAS PREGUNTAS

P.29 ¿Existe alguna otra información que Metro le proporcionara?

P.30 ¿Mejorarían algo con la información que le ofrece en Metro de Madrid actualmente?



Metro de Madrid, S.A.

Cuestionario del CIAC

ESTUDIO Nº

(1-7)

Nº CU- (10-14)

01

FICHA (8-9) 01

De acuerdo con la LEY DE PROTECCIÓN DE DATOS vigente y el código CCI ESOMAR referidos a la protección y tratamiento de datos, toda la información que nos facilite en este cuestionario será tratada exclusivamente con fines estadísticos no pudiendo ser utilizada de forma nominal.

Buenos días, me llamo _____ y trabajo para la empresa _____, que se dedica a la investigación social. Actualmente estamos realizando una investigación sobre Metro de Madrid. Es de mucho interés para nosotros conocer su experiencia y sus opiniones al respecto. Sus datos personales no quedarán registrados en ninguna parte; sólo hacemos un tratamiento estadístico de la información que nos den todos los entrevistados. ¿Sería tan amable de responderme unas preguntas? La entrevista durará unos minutos.
GRACIAS POR RESPONDER.

FILTROS

F.1. ¿Recuerda haber llamado Vd. o algún miembro de su familia al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid, cuyos números son el 902 444 403 y el 917 796 399?

Sí	1 → P1
No	2 → FIN DE LA ENTREVISTA
NS/NC	9 → FIN DE LA ENTREVISTA

F.2 ¿Es Ud. trabajador de METRO DE MADRID, EMT o CERCANÍAS RENFE?

SI 1 FIN DE LA ENCUESTA

NO 2 Pasar a P1

P1. ¿Cuál fue el motivo de su llamada al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid? Si ha llamado varias veces, piense en la última vez que lo haya hecho, y dígame, por favor, si llamó para... (LEER)

Solicitar información general Metro	1
Trayectos	2
Ocio / Cultura	3
Incidencias en el servicio (cortes líneas, demoras, retrasos)	4
Objetos perdidos	5
Obras / ampliaciones	6
Plantear una reclamación / sugerencia	7
Tarjeta Transporte Público (TTP)	8
Otros motivos (especificar):	9

P2. ¿Cómo calificaría Ud., en general, la atención recibida en el Servicio de Información Telefónica de Metro? ¿Diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy buena	5
Buena	4
Regular	3
Mala	2
Muy mala	1
NS/NC (no leer)	9



P3. En esa ocasión, ¿cómo valora el tiempo transcurrido entre que Ud. efectuó la llamada y que ésta fue atendida por la telefonista? Diría Ud. que fue... (LEER)

Excesivo	1 → P4
Adecuado, normal	2 → P5
Muy breve, casi instantáneo	3 → P5
NS/NC (no leer)	9 → P5

P4. ¿Por qué le pareció excesivo: tardaron en atenderle, comunicaba...? (NO SUGERIR) Una única respuesta

Llamó una sola vez y tardaron mucho en atenderle	1
Tuvo que llamar más de una vez hasta que le atendieron	2
Tuvo que llamar más de una vez porque estaba comunicando	3
Otras, ¿cuáles?	4

NS/NC (no leer)	9

(SÓLO SI EN P1 CONTESTÓ 1: SI EL MOTIVO DE LA LLAMADA FUE "SOLICITAR UNA INFORMACIÓN")

P5. Esa información, ¿se la facilitaron en el transcurso de la llamada o tuvo que llamar otra vez para que se la dieran? (NO SUGERIR)

En la misma llamada	1→ P5a
Le llamaron ellos	2→ P5b
Tuvo que llamar más tarde	3→ P6
Tuvo que llamar varias veces	4→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6

P5a. En su opinión, ¿el tiempo que tuvo que esperar hasta que respondieron a su pregunta fue...? (LEER)

Excesivo	1→ P6
Adecuado, normal	2→ P6
No tuvo que esperar, respondieron en el acto	3→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6

P5b. En su opinión, ¿el tiempo que tardaron en devolverle la llamada para facilitarle la información a su pregunta fue...? (LEER)

Excesivo	1→ P6
Adecuado, normal	2→ P6
No tuvo que esperar, respondieron en el acto	3→ P6
NS/NC (no leer)	9→ P6





(TODOS)

A continuación le voy a preguntar sobre el trato con que le atiende el personal de este servicio y la precisión de la respuesta que le proporciona.

P6. En cuanto al trato con que le atendieron, ¿diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy bueno	1 → P7
Bueno	2 → P7
Regular	3 → P6a
Malo	4 → P6a
Muy malo	5 → P6a
NS/NC (no leer)	9 → P7

P6a. ¿Por qué no está Ud. plenamente satisfecho con el trato que le dieron? (NO LEER) Una única respuesta

Se mostraron antipáticos	1
Mostraron poco interés o contestaban de forma mecánica/automática.	2
Le hicieron esperar demasiado	3
Otros motivos, ¿cuáles?	4

NS/NC (no leer)	9

P7. En cuanto a la precisión de la respuesta que le proporcionaron, ¿diría Ud. que fue...? (LEER)

Muy buena	1 → P8
Buena	2 → P8
Regular	3 → P7a
Mala	4 → P7a
Muy mala	5 → P7a
NS/NC (no leer)	9 → P8

P7a. ¿Por qué no está Ud. plenamente satisfecho con la precisión de la respuesta que le dieron? (NO LEER) Una única respuesta

Mostraron desconocimiento / dieron información incompleta / errónea	1
No mostraron interés por atenderle bien	2
Le remitieron a otro servicio / organismo	3
(Ante una reclamación / queja) No recibió respuesta posterior	4
Le respondió una máquina/contestador	5
Otras, ¿cuáles?	6

NS/NC (no leer)	9

P8. ¿Le ofrecieron enviarle alguna información por correo electrónico?

SI	1
NO	2
NS/NC (no leer)	9

(SÓLO SI EN P1 CONTESTÓ 5: SI EL MOTIVO DE LA LLAMADA FUE "BUSQUEDA DE UN OBJETO PERDIDO")

P8a. ¿Ha logrado recuperar su objeto perdido tras su llamada? (NO LEER)

Si como consecuencia de la llamada	1
Si por otras causas	2
No	3
NS/NC (no leer)	9





A TODOS

P10. ¿Es la primera vez que utiliza los servicios del CIAC?

SI	1
NO	2

P11. ¿Considera que el servicio ofrecido ha mejorado?

Ha mejorado	1
Se mantiene igual	2
Ha empeorado	3
NS/NC (no leer)	9

P12. Tras su experiencia con el Servicio de Información Telefónica de Metro, ¿piensa Ud. que lo va a seguir utilizando en el futuro? (LEER)

Seguramente, sí	4
Lo más probable es que sí	3
Lo más probable es que no	2
Seguramente, no	1
NS/NC (no leer)	9

P13. ¿Recomendaría a un familiar o amigo utilizar el Servicio de Información Telefónica de Metro? (LEER)

Seguramente, sí	4
Lo más probable es que sí	3
Lo más probable es que no	2
Seguramente, no	1
NS/NC (no leer)	9

P14. ¿Le hubiese gustado contactar con Metro de Madrid a través de otros canales? Indicar cuál.

<hr/>	
-------	--

P15. Para terminar, por favor, dígame qué cree que se podría mejorar del Servicio de Información Telefónica de Metro.

<hr/>	
<hr/>	
<hr/>	





Datos

D1. Sexo

Hombre	1
Mujer	2

D2. ¿Podría decirme su edad?

De 16 a 24 años	1
De 25 a 34 años	2
De 35 a 44 años	3
De 45 a 54 años	4
De 55 a 59 años	5
Más de 59 años	6

D3. Nacionalidad (LEER)

Nacional residente CCMM	1
Nacional turista	2
Extranjero residente CCMM	3
Extranjero turista	4

D4. Frecuencia semanal con la que suele usar el Metro (LEER)

Menos de 4 viajes	1
De 4 a 10 viajes	2
De 11 a 20 viajes	3
Más de 20 viajes	4

D5. ¿Cómo diría que es su imagen de Metro de Madrid tras su llamada al Servicio de Información Telefónica de Metro de Madrid? (LEER)

Ha mejorado mucho	5
Ha mejorado algo	4
No es mejor ni peor	3
Ha empeorado algo	2
Ha empeorado mucho	1

¡¡¡Gracias por su colaboración!!!!

Datos entrevista:

Entrevistador: _____

Fecha: __/Mes Hora (0-24): __ __

Datos fichero de partida:

Fecha	Hora_minuto	Código Operación Descripción (1-13)





9.2 *Distribución espacial de la muestra por líneas*





PERCEPCIÓN 1ª y 2ª OLEADA (LOTE 2) y LOTES 3 Y 4	
Línea/Encuestas	Estación
LÍNEA 1	Estrecho Atocha-Renfe Nueva Numancia Iglesia
LÍNEA 2	Banco de España Canal Ventas
LÍNEA 3	Villaverde Alto Hospital 12 de Octubre Embajadores Sol Moncloa
LÍNEA 4	Bilbao Goya Alfonso XII Pinar de Chamartín
LÍNEA 5	Aluche Marqués de Vadillo G. Vía C. Lineal
LÍNEA 6	C. Universitaria Oporto Conde de Casal M. Álvaro
LÍNEA 8	Campo de las Naciones N. Ministerios





LÍNEA 9	Bº del Pilar Artilleros Avda. América
LÍNEA 10	Colonia Jardín Lago G. Marañón Plza. Castilla Tres Olivos Marqués de la Valdivia
LÍNEA 11	Abrantes Carabanchel Alto
LÍNEA 12	Hospital de Fuenlabrada Getafe Central Parque Oeste Pradillo Leganés Central
RAMAL	Ópera / P. Pío
TFM	Rivas Urbanizaciones Arganda del Rey
ML1	Virgen del Cortijo María Tudor





PERCEPCIÓN 3ª OLEADA (LOTE 1)	
Línea/Encuestas	Estación
LÍNEA 1	Bambú Chamartín Estrecho Iglesias Tirso de Molina Atocha – RENFE Nueva Numancia Portazgo Sierra de Guadalupe
LÍNEA 2	Ventas Quevedo Ppe. Vergara Cuatro Caminos Canal Banco de España
LÍNEA 3	Moncloa Argüelles Sol Legazpi Embajadores Delicias San Fermín Villaverde Bajo Villaverde Alto
LÍNEA 4	Bilbao Serrano





PERCEPCIÓN 3ª OLEADA (LOTE 1)	
Línea/Encuestas	Estación
	Goya
	Diego de León
	Alfonso XIII
	Arturo Soria
LÍNEA 5	Aluche
	Vista Alegre
	Urgel
	P. Toledo
	Gran Vía
	Quintana
	Canillejas
	Alameda Osuna
LÍNEA 6	Ciudad Universitaria
	Lucero
	Oporto
	Opañel
	Méndez Álvaro
	Conde de Casal
	O'Donnell
	República Argentina
LÍNEA 7	Valdezarza
	Francos Rodríguez
	Islas Filipinas
	Ascao
	García Noblejas
	Las Musas
	Estadio Olímpico
	San Fernando





PERCEPCIÓN 3ª OLEADA (LOTE 1)	
Línea/Encuestas	Estación
LÍNEA 8	Mar de Cristal Pinar del Rey Campo Naciones Aeropuerto T-2
LÍNEA 9	Herrera Oria Barrio del Pilar Duque de Pastrana Cruz del Rayo Avenida de América Artilleros Sainz de Baranda
LÍNEA 10	Hospital Norte Reyes Católicos Manuel de Falla La Moraleja Las Tablas Tres Olivos Begoña Plaza Castilla S. Bernabéu Gregorio Marañón Lago Colonia Jardín
LÍNEA 11	Plaza Elíptica Abrantes San Francisco Carabanchel Alto
LÍNEA 12	Fuenlabrada Central





PERCEPCIÓN 3ª OLEADA (LOTE 1)	
Línea/Encuestas	Estación
	Hospital Fuenlabrada Manuela Malasaña Pradillo Parque Oeste Puerta del Sur Leganés Central El Casar Juan de la Cierva
RAMAL	P. Pío
TFM	Rivas Urbanizaciones La Poveda Arganda del Rey
ML1	Virgen del Cortijo María Tudor





9.3 Zonas





A1	ESTACIÓN	A2	ESTACIÓN	B	ESTACIÓN
101	PLAZA CASTILLA	119	PUENTE DE VALLECAS	924	RIVAS-URBANIZACIONES
102	VALDEACEDERAS	120	NUEVA NUMANCIA	926	RIVAS VACIAMADRID
103	TETUAN	121	PORTAZGO	927	LA POVEDA
104	ESTRECHO	122	BUENOS AIRES	928	ARGANDA DEL REY
105	ALVARADO	123	ALTO DEL ARENAL	1020	ALDALDE JOAQUIN VILUMBRALES
106	CUATRO CAMINOS	124	MIGUEL HERNANDEZ	1021	PUERTA DEL SUR
107	RÍOS ROSAS	125	SIERRA DE GUADALUPE	1202	PARQUE LISBOA
108	IGLESIA	126	VILLA DE VALLECAS	1203	ALCORCON
109	BILBAO	127	CONGOSTO	1204	PARQUE OESTE
110	TRIBUNAL	128	LA GAVIA	1205	UNIVERSIDAD J.CARLOS I
111	GRAN VÍA	129	LAS SUERTES	1206	MOSTOLES CENTRAL
112	SOL	130	VALDECARROS	1207	PRADILLO
113	TIRSO DE MOLINA	309	VENTURA RODRIGUEZ	1208	HOSPITAL DE MOSTOLES
114	ANTON MARTIN	310	ARGUELLES	1209	MANUELA MALASAÑA
115	ATOCHA	311	MONCLOA	1210	LORANCA
116	ATOCHA-RENFE	414	AVENIDA DE LA PAZ	1212	HOSPITAL DE FUENLABRADA
117	MENENDEZ PELAYO	415	ARTURO SORIA	1213	PARQUE DE EUROPA
118	PACIFICO	416	ESPERANZA	1214	FUENLABRADA CENTRAL
201	VENTAS	417	CANILLAS	1215	PARQUE ESTADOS
202	MANUEL BECERRA	418	MAR DE CRISTAL	1217	ARROYO CULEBRO
203	GOYA	419	SAN LORENZO	1218	CONSERVATORIO
204	PRINCIPE DE VERGARA	420	PARQUE DE SANTA MARIA	1219	ALONSO MENDOZA
205	RETIRO	501	CANILLEJAS	1220	GETAFE CENTRAL
206	BANCO DE ESPAÑA	502	TORRE ARIAS	1221	JUAN DE LA CIERVA
207	SEVILLA	503	SUANCES	1222	EL CASAR
209	OPERA	504	CIUDAD LINEAL	1223	ESPARTALES
210	SANTO DOMINGO	505	PUEBLO NUEVO	1224	EL BERCIAL
211	NOVICIADO	506	QUINTANA	1225	EL CARRASCAL
212	SAN BERNARDO	507	EL CARMEN	1226	JUAN BESTEIRO
213	QUEVEDO	522	URGEL	1227	CASA DEL RELOJ
214	CANAL	523	OPORTO	1228	HOSPITAL SEVERO OCHOA
301	LEGAZPI	524	VISTA ALEGRE	1229	LEGANES CENTRAL
302	DELICIAS	525	CARABANCHEL	1230	SAN NICASIO
303	PALOS DE LA FRONTERA	526	EUGENIA DE MONTIJO	1055	LA GRANJA
304	EMBAJADORES	527	ALUCHE	1056	LA MORALEJA
305	LAVAPIES	528	EMPALME	1057	MARQUÉS DE LA VALDAVIA
307	CALLAO	529	CAMPAMENTO	1058	MANUEL DE FALLA
308	PLAZA DE ESPAÑA	530	CASA DE CAMPO	1059	BAUNATAL
404	ALONSO MARTINEZ	601	LAGUNA	1060	REYES CATÓLICOS
405	COLON	602	CARPETANA	1061	HOSPITAL INFANTA SOFÍA
406	SERRANO	604	OPANEL	754	BARRIO DEL PUERTO
407	VELAZQUEZ	605	PLAZA DE ELIPTICA	755	COSLADA CENTRAL
409	LISTA	606	USERA	756	LA RAMBLA
410	DIEGO DE LEON	620	GUZMAN EL BUENO	757	SAN FERNANDO
411	AVENIDA DE AMERICA	621	METROPOLITANO	758	JARAMA
412	PROSPERIDAD	622	CIUDAD UNIVERSITARIA	759	HENARES
413	ALFONSO XIII	625	PRINCIPE PIO	760	HOSPITAL DEL HENARES
510	NÚÑEZ DE BALBOA	626	PUERTA ANGEL	925	RIVAS FUTURA
511	RUBEN DARIO	627	ALTO DE EXTREMADURA		
513	CHUECA	628	LUCERO		
517	LA LATINA	701	LAS MUSAS		
518	PUERTA DE TOLEDO	702	SAN BLAS		
519	ACACIAS	703	SIMANCAS		
520	PIRAMIDES	704	GARCIA NOBLEJAS		
521	MARQUES DE VADILLO	705	ASCAO		
609	MENDEZ ALVARO	707	BARRIO DE LA CONCEPCION		
611	CONDE DE CASAL	708	PARQUE DE LAS AVENIDAS		
612	SAINZ DE BARANDA	714	ISLAS FILIPINAS		
613	ODONELL	716	FRANCOS RODRIGUEZ		
617	REPUBLICA ARGENTINA	717	VALDEZARZA		
618	NUEVOS MINISTERIOS	718	ANTONIO MACHADO		
709	CARTAGENA	719	PEÑAGRANDE		
711	GREGORIO MARAÑON	720	AVENIDA DE LA ILUSTRACION		
712	ALONSO CANO	721	LA COMA		
802	COLOMBIA	723	PITIS		
905	DUQUE DE PASTRANA	805	CAMPO DE LAS NACIONES		
906	PIO XII	806	AEROPUERTO T1 T2 T3		
908	CONCHA ESPINA	807	BARAJAS		
909	CRUZ DEL RAYO	952	PACO DE LUCÍA		
913	IBIZA	951	MIRASIERRA		
1005	CUZCO	901	HERRERA ORIA		
1006	SANTIAGO BERNABEU	902	BARRIO DEL PILAR		
608	ARGANZUELA-PLANETARIO	903	VENTILLA		
		915	ESTRELLA		
		916	VINATEROS		
		917	ARTILLEROS		
		918	PAVONES		
		919	VALDEBERNARDO		
		920	VICALVARO		
		921	SAN CIPRIANO		
		922	PUERTA DE ARGANDA		
		1001	FUENCARRAL		
		1002	BEGONA		
		151	CHAMARTIN		
		1013	LAGO		
		1014	BATAN		
		1016	COLONIA JARDIN		
		1019	CUATRO VIENTOS		
		1102	ABRANTES		
		1103	PAN BENDITO		
		1018	AVIACION ESPAÑOLA		
		803	PINAR DEL REY		
		251	LA ELIPA		
		1104	SAN FRANCISCO		
		1105	CARABANCHEL ALTO		
		1106	LA PESETA		
		551	EL CAPRICHIO		
		552	ALAMEDA DE OSUNA		
		351	ALMENDRALES		
		352	HOSPITAL 12 DE OCTUBRE		
		353	SAN FERMIN - ORCASUR		
		354	CIUDAD DE LOS ANGELES		
		355	CRUCE DE VILLAVEVERDE		
		356	SAN CRISTÓBAL		
		357	VILLAVEVERDE ALTO		
		1051	TRES OLIVOS		
		1052	MONTECARMELO		
		1053	LAS TABLAS		
		1054	RONDA DE LA COMUNICACIÓN		
		152	BAMBU		
		153	PINAR DE CHAMARTIN		
		421	HORTALEZA		
		422	MANOTERAS		
		808	AEROPUERTO T4		
		751	ESTADIO OLIMPICO		
		252	LA ALMUDENA		
		253	ALSACIA		
		254	AVDA. DE GUADALAJA		
		255	LAS ROSAS		
		951	MIRASIERRA		
		1107	LA FORTUNA		
		5112	FUENTE DE LA MORA		
		5113	VIRGEN DEL CORTIJO		
		5114	ANTONIO SAURA		
		5115	ÁLVAREZ DE VILLAAMIL		
		5116	BLASCO IBÁÑEZ		
		5117	MARÍA TUDOR		
		5118	PALAS DEL REY		

48



RELACIÓN DE ATRIBUTOS DEL SERVICIO PRESTADO Y GRUPO AL QUE PERTENECE

(no modificar los números asignados de los aspectos)

1. Funcionamiento Máq. automáticas expendedoras de billetes (ACCESIBILIDAD)
2. Funcionamiento de Torniquetes (ACCESIBILIDAD / TIEMPOS)
3. Tiempo de espera en andén (TIEMPOS)
4. Rapidez del viaje en tren (TIEMPOS)
5. Seguridad ante accidentes (SEGURIDAD)
6. Seguridad respecto de agresiones, robos, etc. (SEGURIDAD)
7. Amabilidad de los vigilantes (ATENCIÓN AL CLIENTE)
8. Atención a reclamaciones y sugerencias (ATENCIÓN AL CLIENTE)
9. Funcionamiento de escaleras mecánicas (ACCESIBILIDAD)
10. Espacio disponible dentro de los coches (CONFORT)
11. Paradas anormales de los trenes (TIEMPOS)
12. Temperatura y ventilación en los coches (CONFORT)
13. Temperatura y ventilación en las estaciones (CONFORT)
14. Atención y amabilidad de los empleados (ATENCIÓN AL CLIENTE)
15. Limpieza de las estaciones (CONFORT)
16. Limpieza de trenes (CONFORT)
17. Conservación de estaciones (CONFORT)
18. Señalización de Estaciones (INFORMACIÓN)
19. Información ante incidencias del servicio (INFORMACIÓN)
20. Marcha Silenciosa de los Trenes (CONFORT)
21. Conservación de trenes (CONFORT)
22. Iluminación de Trenes (CONFORT)
23. Iluminación de Estaciones (CONFORT)
24. Funcionamiento de ascensores (ACCESIBILIDAD)
25. Accesibilidad hacia/desde el andén (ACCESIBILIDAD)
26. Funcionamiento de las canceladoras a bordo (sólo en ML1 y ACCESIBILIDAD)