

L'ÚS DE L'AUTOBÚS EN EL CONTEXT DE LA REGIÓ METROPOLITANA DE BARCELONA (RMB)

la percepció social

INTRODUCCIÓ

L'ATM te com un dels seus objectius disposar, a la RMB, d'una oferta del transport públic adequada a la demanda real.

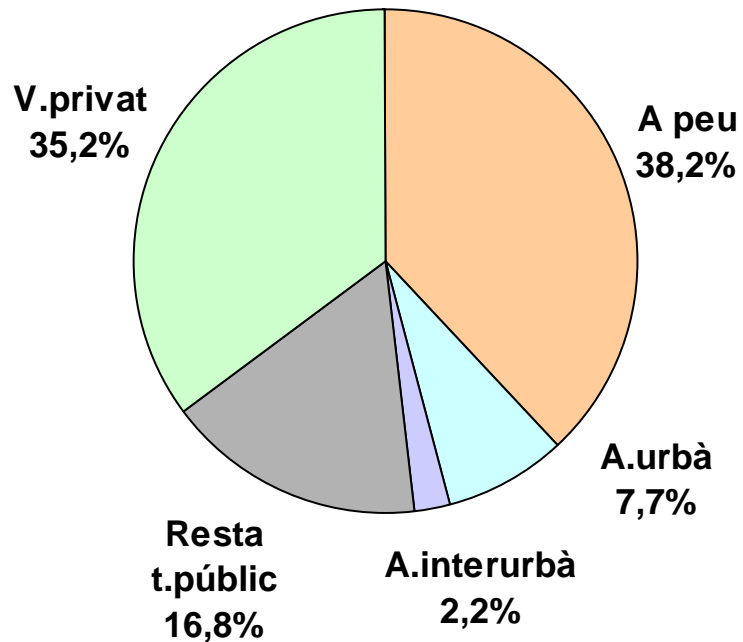
L'Enquesta de Mobilitat Quotidiana (EMQ 2001) és l'instrument per a conèixer les característiques de la mobilitat a la RMB, per a modelitzar-la, analitzar l'evolució de la demanda i obtenir l'opinió dels ciutadans sobre els diferents modes de transport.

L'EMQ-2001 s'ha basat en entrevistes a més de 16.000 famílies, responent el quadern de desplaçaments 30.740 persones.

L'apartat d'opinió l'han contestat 12.427, amb un error màxim, per una confiança del 95,5%, de 0.9%.

Les dades que es presenten es basen en els resultats de l'EMQ-2001,

L'ús de l'autobús a l'entorn metropolità (I)

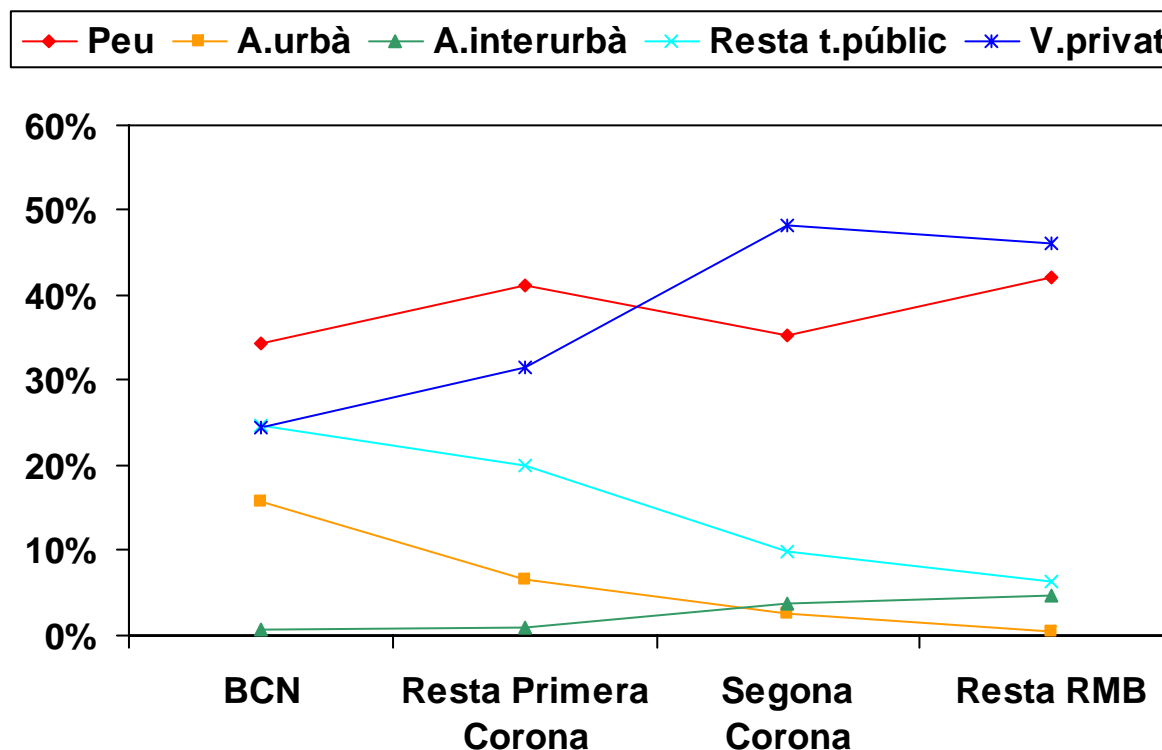


Dels 49,9 milions de desplaçaments setmanals realitzats pels residents a la RMB, **el 9,9% es duen a terme en autobús:** un 7,7% urbà i un 2,2% interurbà.

	Mecanitzats	T.públic
<i>A.urbans</i>	12,4%	28,8%
<i>A.interurbans</i>	3,5%	8,2%

L'ús de l'autobús a l'entorn metropolità (II)

El major ús de l'autobús urbà sobre l'autobús interurbà no es manté en les diferents corones de la RMB.



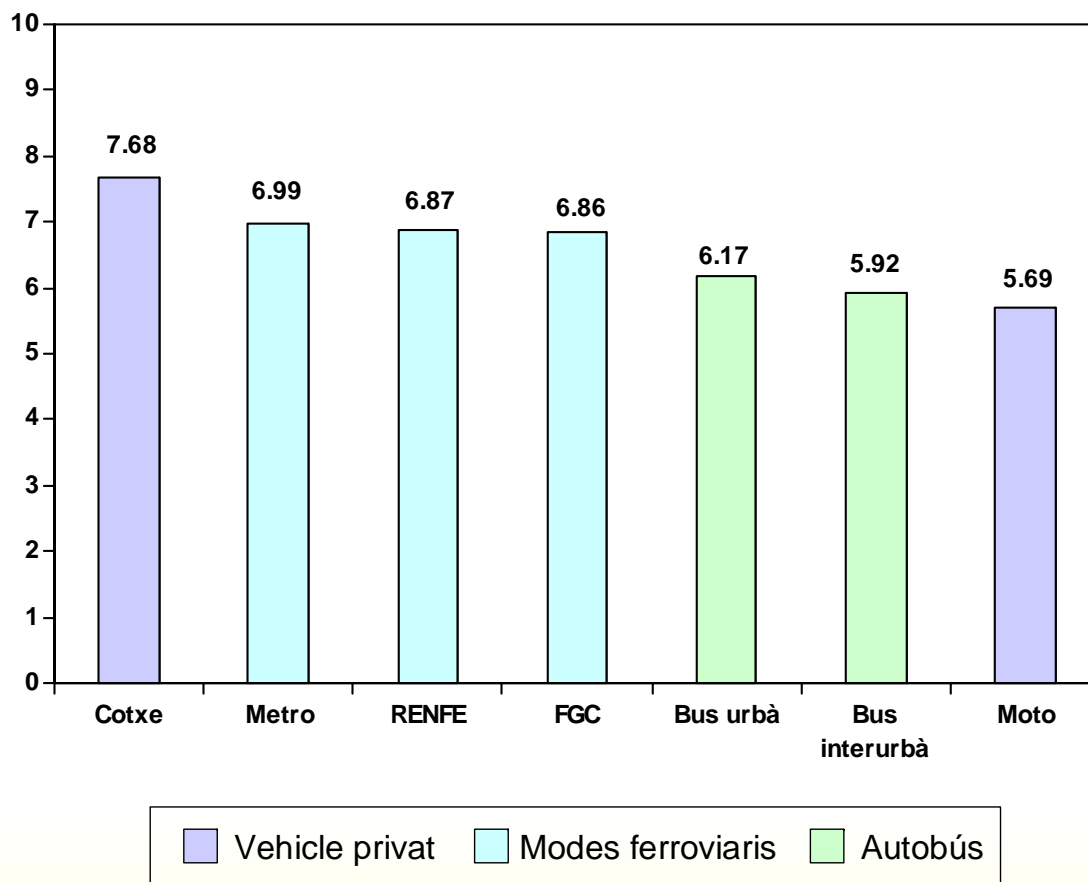
A mesura que hom s'allunya de l'aglomeració central, la quota de mercat de l'autobús interurbà creix, mentre es redueix la de l'autobús urbà.

LA IMATGE DE L'AUTOBÚS: POBLACIÓ GENERAL I USUARIS

Valoració de l'oferta de transport (I)

S'ha demanat als entrevistats que **avaluin**, en una escala de 0 a 10, els principals mitjans públic i privats que conformen **l'oferta de transport mecanitzat**.

Comparant els modes de transport públic, **els modes ferroviaris obtenen una valoració més alta que les dues modalitats d'autobús.**



Valoració de l'oferta de transport (II)

Contrastant la valoració global amb la dels usuaris, s'observa com **la major vinculació al mode es tradueix en puntuacions més elevades.**

	Usuaris principals (1)	Total individus	Ràtio (2)
Bus urbà	6,64	6,17	1,08
Bus interurbà	6,66	5,92	1,13
Metro	7,49	6,99	1,07
FGC	7,39	6,86	1,08
RENFE	7,17	6,87	1,04
Cotxe	8,24	7,68	1,07
Moto	8,17	5,69	1,44

(1) S'han considerat usuaris aquells individus que han indicat que aquest és el mitjà que utilitzen més habitualment

(2) Ràtio = valoració usuaris/valoració global

Amb tot, els **autobusos** (urbans i interurbans) continuen sent **els modes menys ben valorats.**

Valoració de l'oferta de transport (III)

L'autobús, ja sigui urbà o interurbà es poc valorat per tothom. **Els mateixos usuaris d'autobús valoren més positivament qualsevol dels modes ferroviaris que el mitjà de transport que utilitzen habitualment.**

	Bus urbà	Bus interurbà	Metro	FGC	RENFE	Cotxe	Moto
Usuari bus urbà	6,64	5,96	7,07	6,90	6,89	7,33	5,40
Usuari bus interurbà	5,89	6,66	7,19	6,80	7,20	7,64	5,51
Usuari metro	6,40	6,05	7,49	6,89	6,76	7,09	5,57
Usuari FGC	5,99	5,60	6,65	7,39	6,88	7,50	5,25
Usuari RENFE	5,64	5,96	6,77	6,65	7,17	7,37	5,45
Usuari cotxe	5,85	5,76	6,75	6,85	6,87	8,24	5,72
Usuari moto	5,68	5,56	6,57	6,68	6,79	7,71	8,17
Total individus	6,17	5,92	6,99	6,86	6,87	7,68	5,69

VALORACIÓ I IMPORTÀNCIA DELS ATRIBUTS DE L'OFERTA: UN INDICADOR DE SATISFACCIÓ

Els atributs de l'oferta: importància i valoració

La valoració de l'oferta de transport ha estat descomposada en un seguit **d'atributs bàsics**:

Comoditat

Seguretat

Preu/cost

Rapidesa

Freqüència

Informació

D'una banda, els individus han indicat quant **importants** resulten per ells (a nivell general, es a dir sense vincular-los a cap mitjà de transport específic).

D'altra banda, els usuaris dels diversos mitjans, els han **valorat** en relació al mitjà que usen habitualment.

La mesura de la satisfacció dels usuaris: valoració i importància

L'anàlisi parteix de la següents premisa: en la valoració que hom dona als diferents atributs d'un mitjà de transport inclou la importància d'aquell atribut i la satisfacció que n'obté.

Per tant per obtenir la satisfacció caldrà treballar amb el quocient entre la valoració obtinguda i la importància assignada de forma general a aquell atribut.

D'aquesta manera, si dos individus valoren per igual un atribut i un el considera més important, aquest quedarà menys satisfet que l'altre, doncs la seva exigència és major.

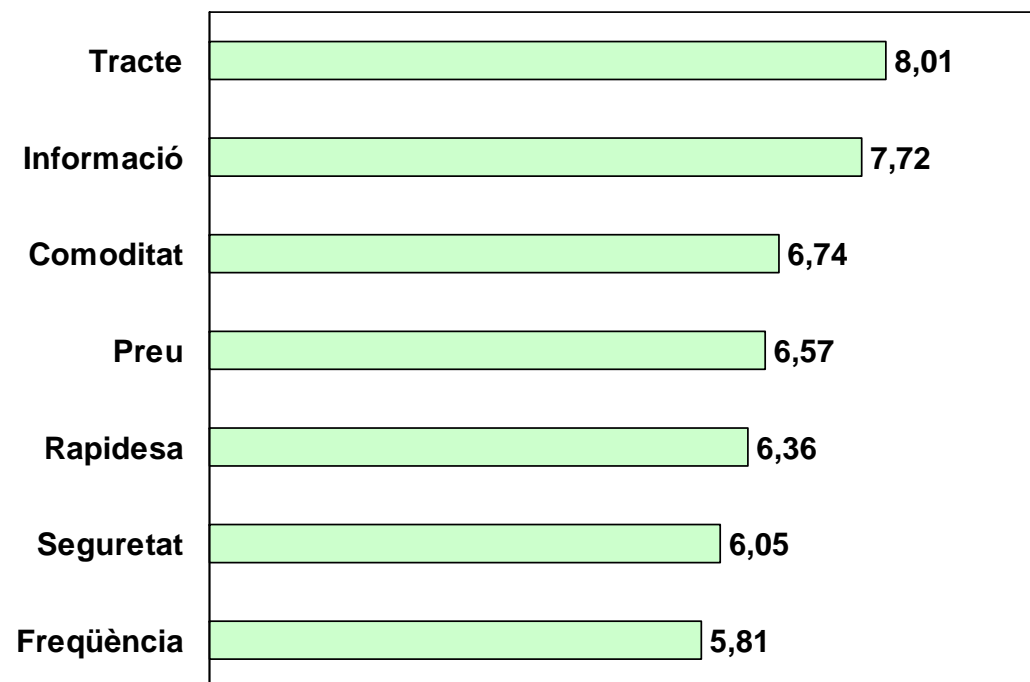
L'avaluació de la importància s'ha treballat com a una funció exponencial que permet potenciar les distàncies existents entre les valoracions de cada individu (en els estudis d'opinió tots els atributs són molt importants), millorant-se les categoritzacions habituals en els indicadors de qualitat, que generen distàncies fictícies. Realitzant el quocient entre les mitjanes parcials de cada atribut i la mitjana global, **s'han assignat pesos de caràcter neutral** pels diferents atributs.

LA SATISFACCIÓ DELS USUARIS D'AUTOBÚS: ESTAT DE LA QÜESTIÓ I ASPECTES A MILLORAR

Autobús urbà: satisfacció dels usuaris (I)

La major satisfacció dels usuaris es concentra en l'atenció al client: **tracte (8,01) i informació (7,72)**.

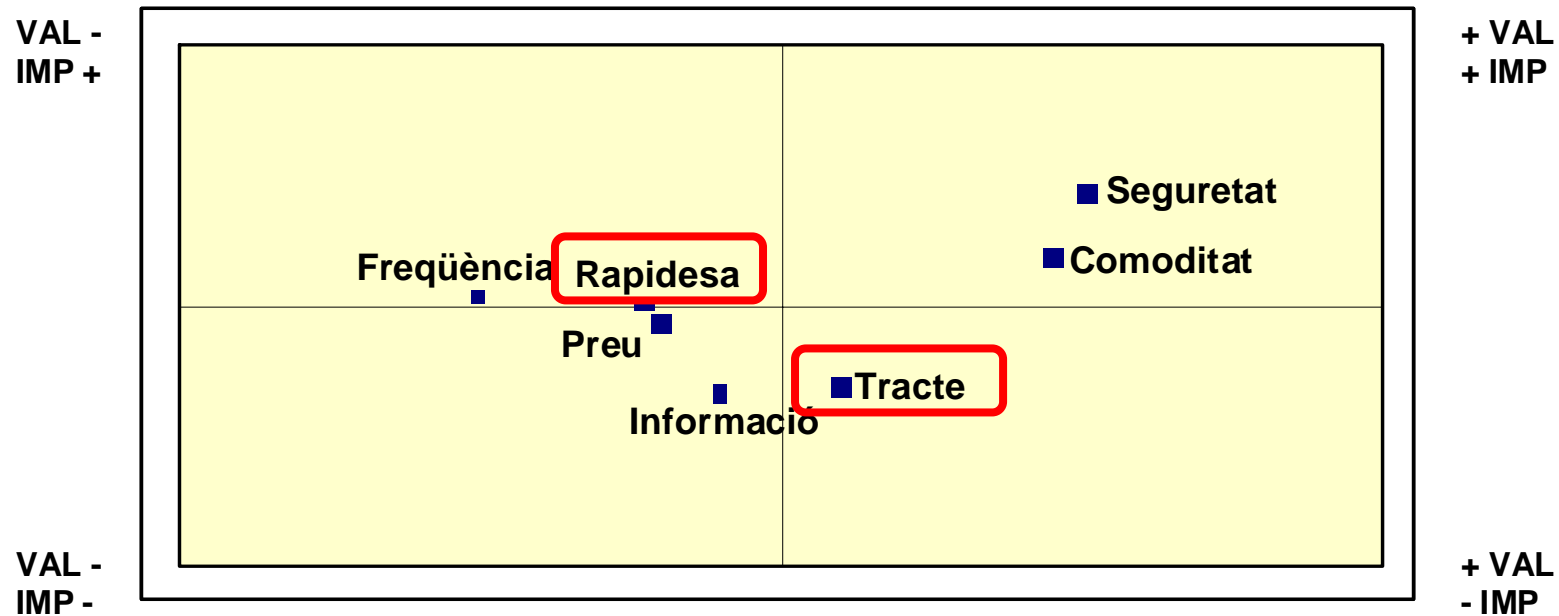
La menor satisfacció fa referència a la **freqüència (6,05) i la seguretat (5,81)**.



En el cas de la **seguretat**, tot i que la valoració directa és bastant elevada, la gran importància que té l'atribut determina un nivell de satisfacció reduït.

La freqüència és un dels atributs considerats com més importants, però és el menys valorat de tots.

Autobús urbà: satisfacció dels usuaris (II)



Mitjançant un model de regressió lineal, s'ha analitzat la valoració global en funció de les valoracions parcials: **les millores en termes de tracte i de rapidesa són les que més intensament poden influir en un increment de la valoració global.**

Autobús urbà: satisfacció dels usuaris (III)

Des de l'òptica de la gestió, **millorar la valoració del tracte resulta més senzill que millorar la valoració de la rapidesa:**

Tracte

Que els empleats atenguin de forma adequada, que siguin amables o que resolguin els problemes de forma ràpida i eficient, **no té limitacions de caràcter tècnic, sinó de política d'empresa: augmentar personal, cursos de formació, etc.**

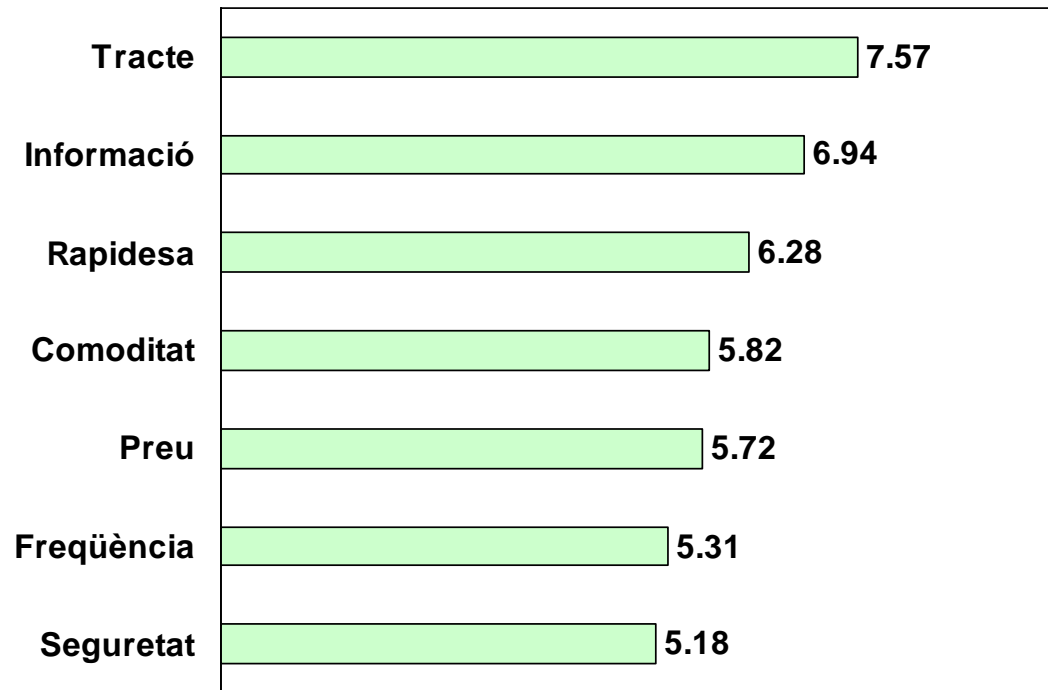
Rapidesa

En contraposició, una part important de la baixa velocitat comercial és conseqüència de les interferències que produeixen els automòbils, principals responsables de la congestió viària. **Les mesures a adoptar (carril bus, prioritat en les fases semafòriques, etc) no són competència directa de l'operador d'autobús urbà, sinó de l'autoritat municipal pertinent.**

Autobús interurbà: satisfacció dels usuaris (I)

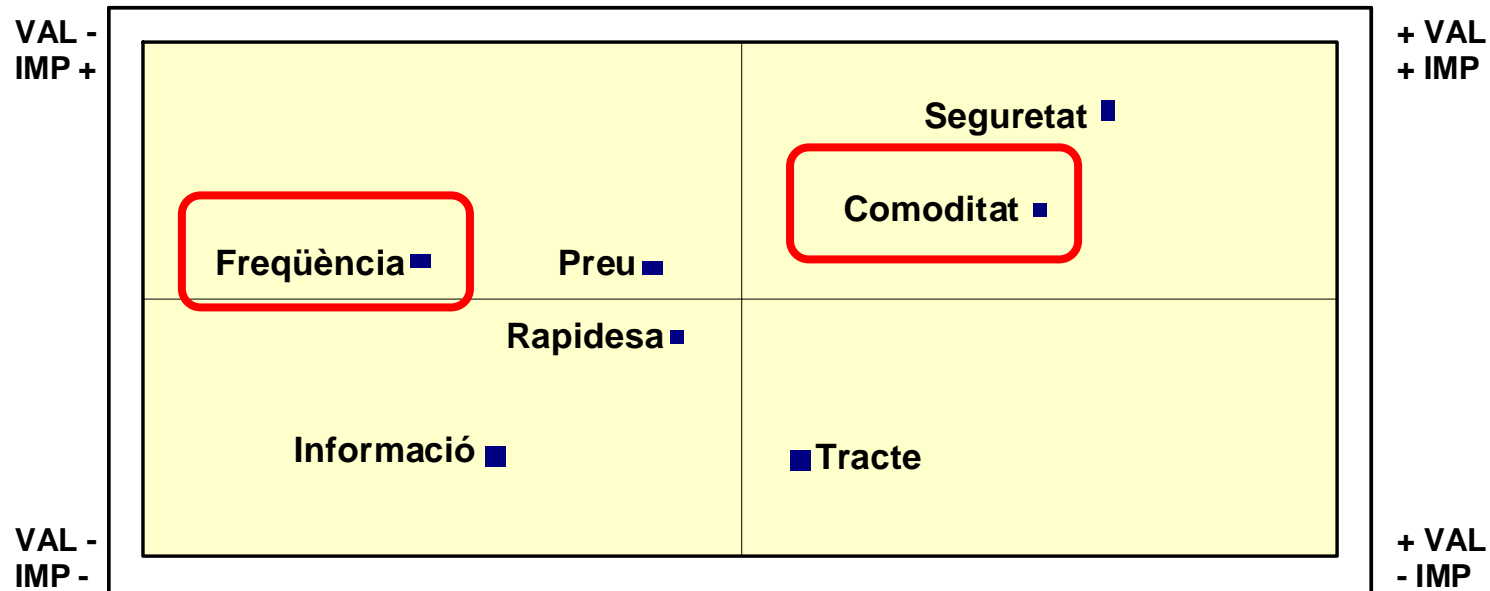
La major satisfacció dels usuaris es concentra en l'atenció al client: **tracte (7,57) i informació (6,94)**.

La menor satisfacció fa referència a la **freqüència (5,18) i la seguretat (5,31)**.



En relació a l'autobus urbà. La satisfacció és més baixa per a tots els factors, però la bajada relativa és força diferent: rapidesa queda quasibé igual tracte perd sobre un 5% freqüència i informació un 10% i preu, comoditat i seguretat prop d'un 15%

Autobús interurbà: satisfacció dels usuaris (II)



Mitjançant un model de regressió lineal, s'ha analitzat la valoració global en funció de les valoracions parcials: **les millores en termes de comoditat i de freqüència són les que més intensament poden influir en un increment de la valoració global.**

Autobús interurbà: satisfacció dels usuaris (III)

Des de l'òptica de la gestió, **resulta més complicat generar canvis en la freqüència que en la comoditat:**

Freqüència



La freqüència de pas es veu clarament condicionada per la demanda existent. **Sense un mínim llindar de demanda, resulta inviable plantejar determinades freqüències de pas.** L'operador (oferta) ha d'intentar adaptar-se a la realitat (demanda) d'una forma òptima, però el que no pot fer és alterar-la.

Comoditat



En canvi, **les millores en termes de comoditat sí que són competència directa de l'operador:** que la temperatura de l'autobús s'adeqüi a l'època de l'any, que les parades disposin de marquesina i seients, evitar aglomeracions, que viatgis sense brusquedats, etc.

L'ÚS DE L'AUTOBÚS EN EL CONTEXT DE LA REGIÓ METROPOLITANA DE BARCELONA (RMB)

la percepció social

gràcies per la seva atenció