

February 6, 2006
Contact
Dave Sotero/Marc Littman
Metro Media Relations
213.922.3007/922.2700
metro.net/pressroom
mediarelations@metro.net
FOR IMMEDIATE RELEASE

Usuarios de Metro aprueban atención a los servicios básicos, también les gusta la nueva Línea Naranja del Metro, según encuesta

Dos sondeos, uno ver el nivel de satisfacción de los usuarios sobre el sistema Metro y el otro enfocado en la nueva Línea Naranja del Metro, encontró que la alta calidad de los servicios básicos es lo que los viajeros quieren y aprecian más.

En una de las encuestas más grande de su tipo sobre satisfacción del cliente – se entrevistó a aproximadamente 18 mil viajeros – los trenes y autobuses de Metro recibieron altas calificaciones por innovación, así como por la calidad de los servicios esenciales.

Para la encuesta, administrada en el otoño a bordo de los autobuses y trenes Metro, se les pidió a los usuarios que transmitieran sus experiencias en un sondeo en forma escrita.

“Pedimos a los usuarios de Metro a calificarnos en cosas como la seguridad, comodidad y otros servicios incorporados y estuvimos contentos de que algunos de los esfuerzos que estamos haciendo en los servicios básicos – como añadir más autobuses en ciertas líneas cuando vemos que en estas rutas aumenta la demanda – están siendo reconocidos y apreciados”, dijo Jeff Boberg de Metro, quien diseñó el sondeo.

Mientras que los servicios básicos, incluyendo asientos disponibles y la seguridad son de preocupar, el sondeo encontró que es fácil obtener un asiento disponible. Una gran mayoría de los usuarios – 80 por ciento – ahora encuentra un asiento, contra un 69 por ciento hace solamente tres años. Mientras que la seguridad es una preocupación, los usuarios dijeron sentirse seguros en las paradas de autobuses (80 por ciento) y cuando viajan en el sistema (87 por ciento). Y el 79 por ciento dijo que los conductores son amables.

“No solamente los viajeros tienen confianza en los servicios básicos, como la cortesía de los conductores y seguridad en y fuera de los autobuses y trenes, ellos apoyan nuestros esfuerzos para integrar nueva tecnología en el sistema”, dijo Boberg. El principal ejemplo es la reacción de los usuarios al nuevo Sistema de Entretenimiento Televisivo a bordo de los autobuses Metro. El 86 por ciento de los usuarios aprobaron los monitores de televisión que presentan actualmente noticias y deportes, cotizaciones de las bolsas de valores, juegos de palabras, preguntas y fragmentos de programas de televisión de antaño. Los monitores fueron instalados el año pasado en autobuses a través del sistema.

También resultaron populares los cambios hechos a los horarios. El 76 por ciento de los usuarios aprobó el rediseño para hacer los horarios más fáciles de leer y entender.

Los esfuerzos de Metro para limpiar el grafito tan pronto como aparece también han sido notados. En el último sondeo, el 52 por ciento de los usuarios pensó que el grafito era un problema. Ahora cerca del 54 por ciento piensa que no lo es.

Mientras que más personas están consultando el sitio de Internet de Metro, METRO.NET que contiene información sobre como planear los viajes en autobús o tren, integrarse a un carril compartido, encontrar un sitio para estacionarse cerca de una estación de Metro y comprar pases mensuales de Metro, el número es todavía bajo – apenas el 37 por ciento. “Así que debemos probablemente trabajar más en promover la facilidad y utilidad del sitio de Internet”, dijo Boberg.

En total, más de 4 de cada 5 usuarios piensa que la imagen de Metro está mejorando (85 por ciento) y ve una continua tendencia hacia mejorar el servicio (83 por ciento). La mayoría de los usuarios encuestados (86 por ciento) usan autobús de Metro y trenes principalmente para trasladarse, un pequeño incremento desde el pasado sondeo (84 por ciento).

En el otro sondeo reciente sobre el servicio, este otro enfocándose a la Línea Naranja del Metro, los usuarios señalaron una abrumadora aprobación del servicio. Más del 90 por ciento de los encuestados indicaron que

ellos normalmente tienen un asiento en su viaje y que les gustan los autobuses Metro Liner y el sistema de pago antes de abordar.

La estación de la Línea Roja del Metro en North Hollywood es el principal destino de los usuarios de la Línea Naranja del Metro, indicando que la Línea Naranja del Metro está actuando como un perfecto complemento a la Línea Roja del Metro. El 57 por ciento de los usuarios que dijeron que manejaban solos ó que compartían el viaje antes de la apertura de la Línea Naranja del Metro también usaban la autopista 101 para completar su viaje, sugiriendo que la Línea Naranja del Metro puede estar ayudando a compensar el trafico de la Autopista 101.

El 36 por ciento de los encuestados sobre la Línea Naranja del Metro dijeron que ellos tenían un automóvil disponible para completar su viaje (comparado con el 28 por ciento en promedio en todo el sistema). También de mencionarse, el sondeo encontró que el 31 por ciento de los usuarios de la Línea Naranja del Metro son nuevos usuarios y viajeros que han usado Metro por menos de un año.

Metro-018