



investigación
de mercados
murcia



Tranvía
de Murcia

2024

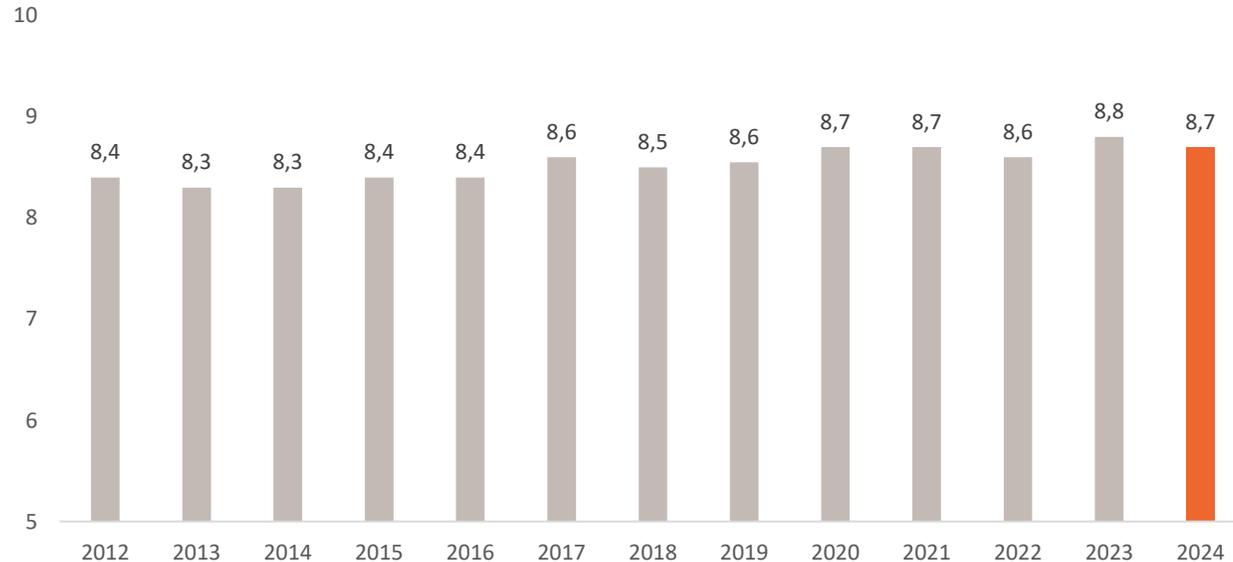
ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

Diciembre 2024

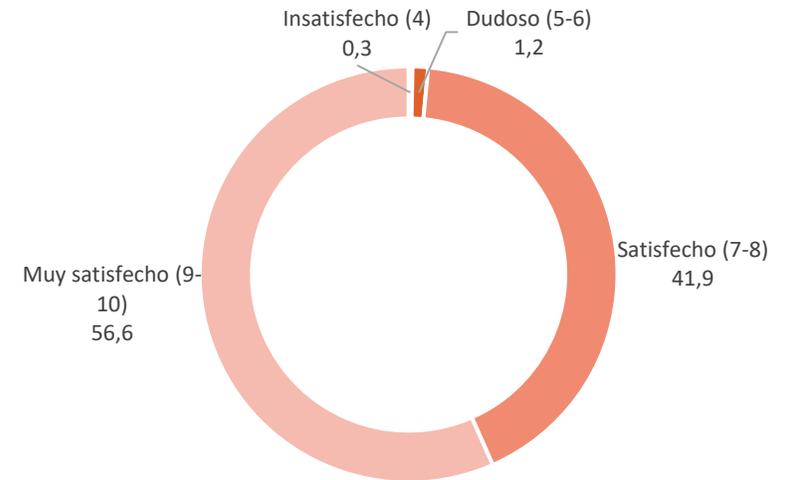
VISIÓN GENERAL

1.1. Datos principales

Evolución de la valoración global media del servicio (escala 0-10)



Distribución de valoraciones (% encuestados)



La valoración global del servicio alcanza el **8,7** sobre diez en 2024.

- La valoración media desciende ligeramente (-0,1) respecto a 2023.
- Se registran dos casos de puntuaciones inferiores a 5.
- El 56,6% de los encuestados se declara muy satisfecho, con una valoración de 9 o 10 del servicio.

1.2. Atributos según valoración

- Todos los atributos considerados reciben una valoración media superior a 8 sobre diez.
- **Atributos más valorados:** contribución medioambiental (9,4), campañas de comunicación realizadas (9,2) e iluminación (9,1).
- **Atributo menos valorado:** comodidad (8,2).

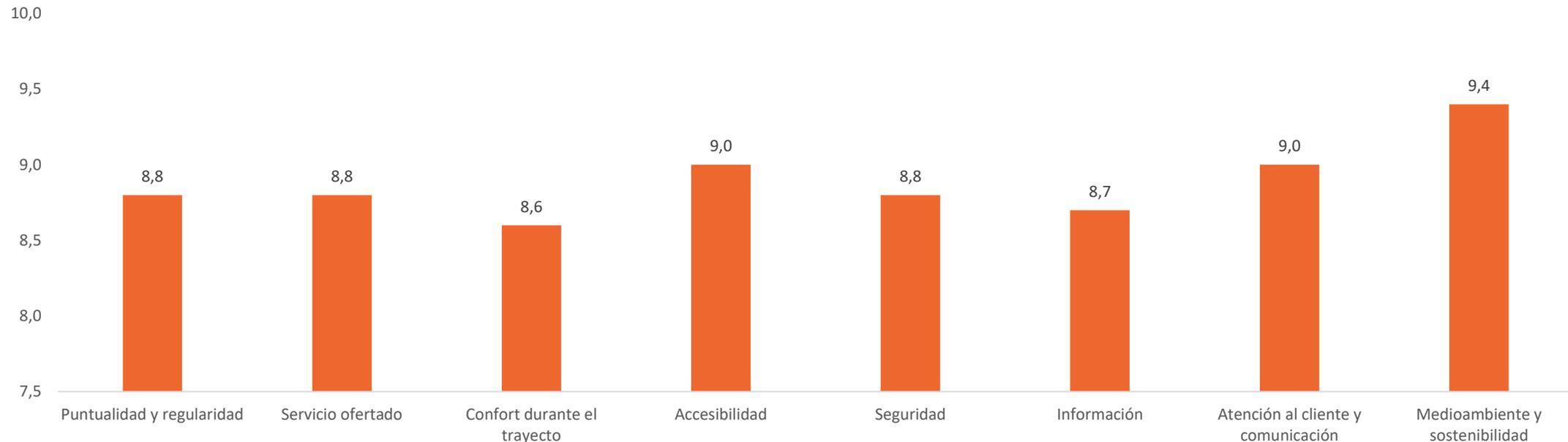
Valoración media de atributos 2024 (escala 0-10)



7,6 7,8 8,0 8,2 8,4 8,6 8,8 9,0 9,2 9,4 9,6

1.4. Agrupaciones de atributos

Valoración media de las agrupaciones de atributos 2024 (escala 0-10)



- **Agrupación más valorada:** medioambiente y sostenibilidad (9,4 sobre diez).
- A continuación, se encuentran accesibilidad y atención al cliente/comunicación (9,0 ambas).
- Agrupaciones menos valoradas: confort durante el trayecto (8,6) e información (8,7).

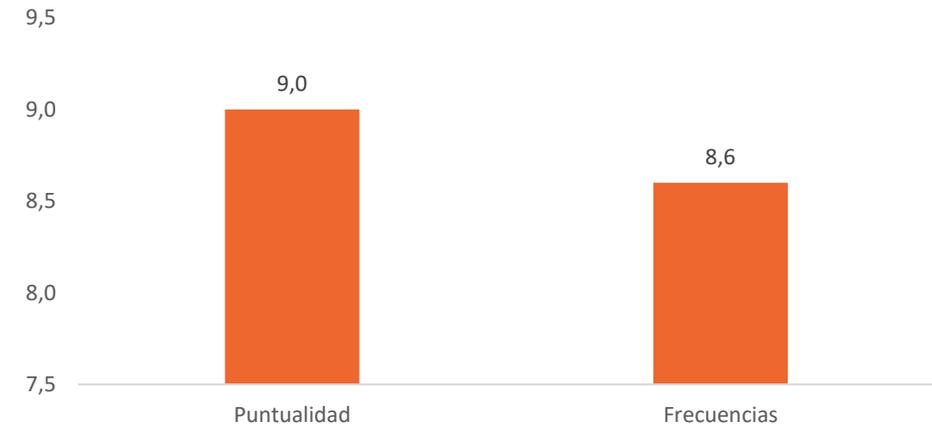
GRUPOS DE ATRIBUTOS

2.1. Puntualidad y regularidad

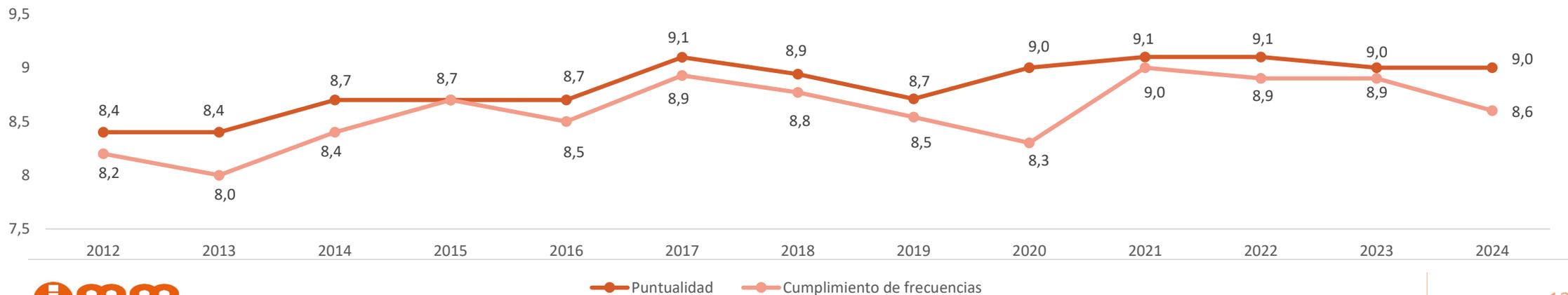
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: puntualidad (9,0).
- Puntualidad se mantiene respecto a 2023, mientras que frecuencias desciende su valoración media (-0,3).

Puntualidad y regularidad - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

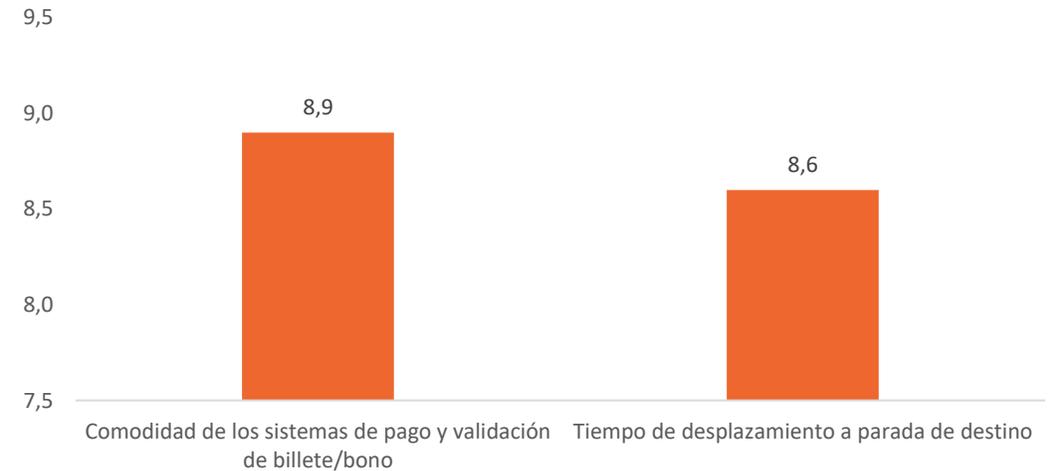


2.2. Servicio ofertado

PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: comodidad de los sistemas de pago y validación (8,9). Tiempo de desplazamiento a parada de destino alcanza 8,6 de media.
- Respecto a 2023: se reducen ligeramente las medias de ambos atributos (-0,2 en el caso de comodidad de sistemas de pago y -0,1 en el tiempo de desplazamiento a parada de destino).

Servicio ofertado - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

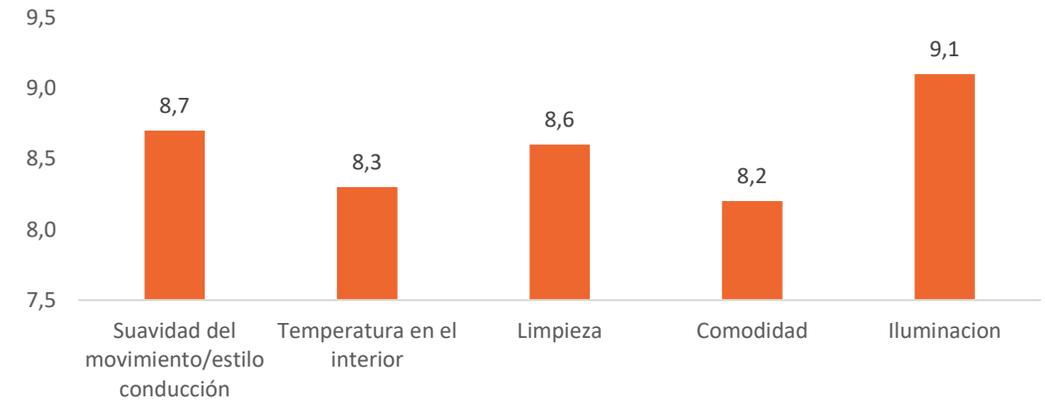


2.3. Confort durante el trayecto

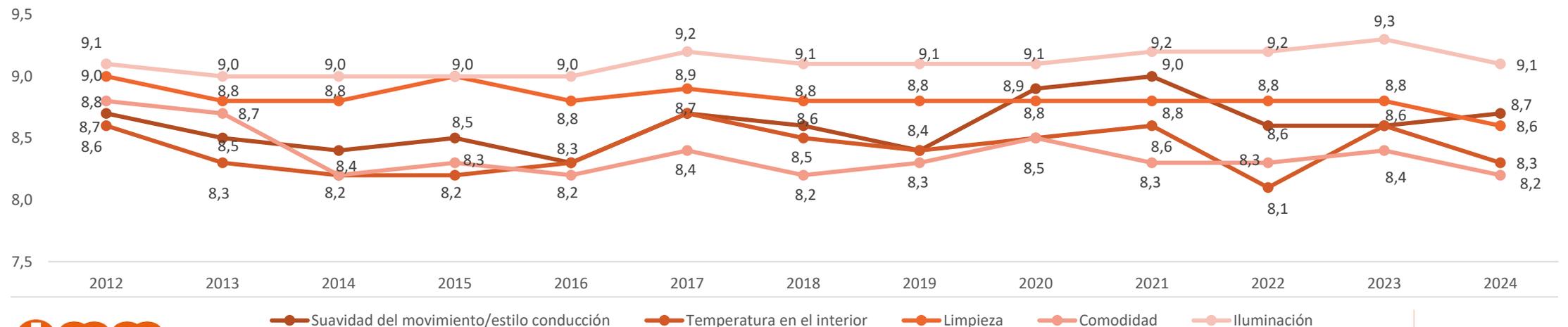
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- **Mayor valoración: iluminación (9,1).** A continuación, se encuentran: suavidad del movimiento (8,7), limpieza (8,6), temperatura interior (8,3) y comodidad (8,2).
- Respecto a 2023: se incrementa ligeramente suavidad del movimiento (+0,1). El resto desciende en su valoración: temperatura interior (-0,3), limpieza, comodidad e iluminación (-0,2).

Confort durante el trayecto - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

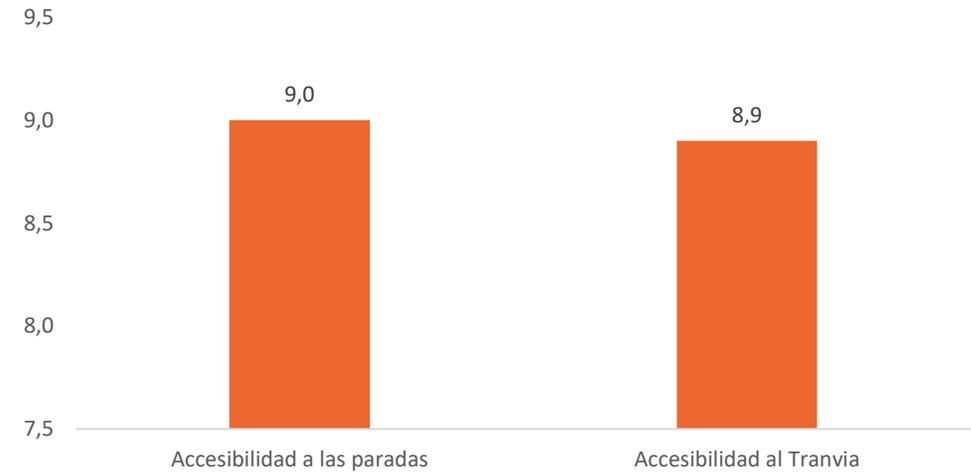


2.4. Accesibilidad

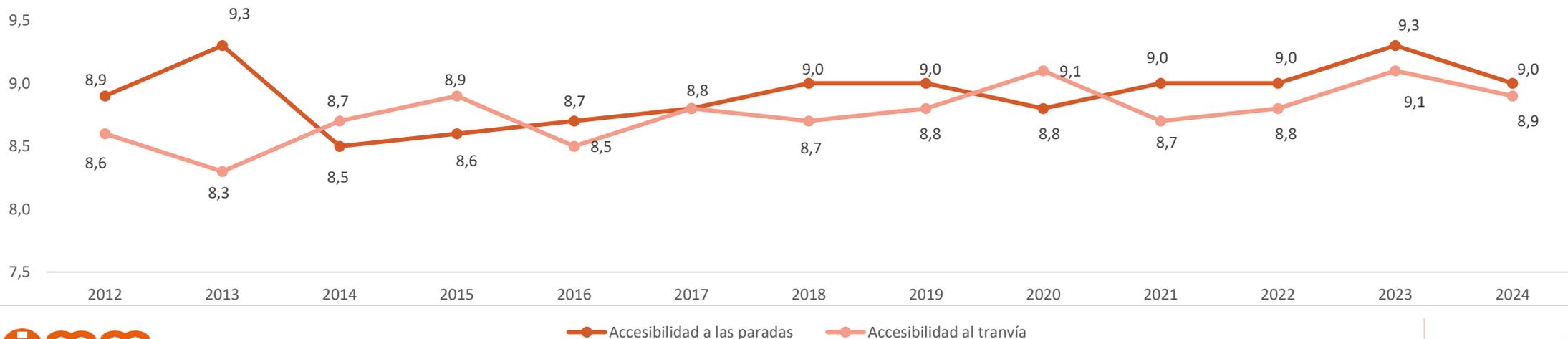
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: accesibilidad a las paradas (9 sobre diez). Accesibilidad al tranvía obtiene una media de 8,9.
- Respecto a 2023: ambos atributos se reducen ligeramente (-0,3 paradas y -0,2 tranvía).

Accesibilidad - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

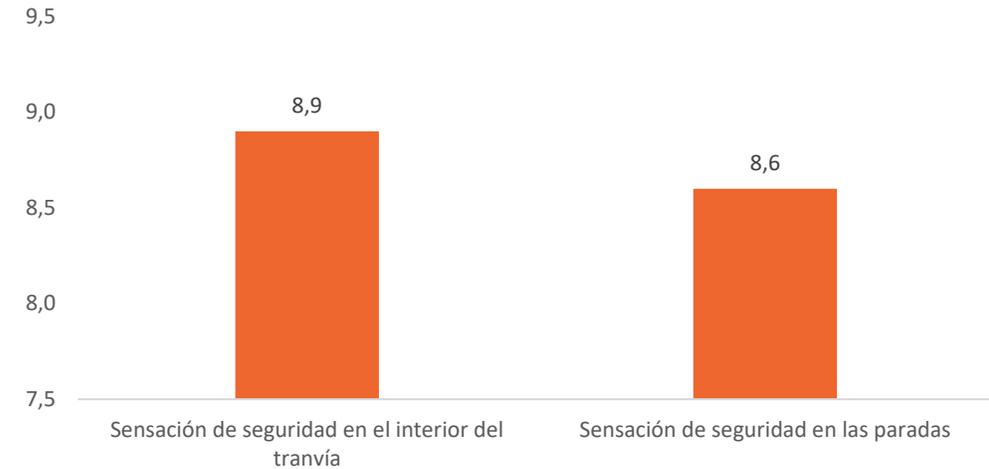


2.5. Seguridad

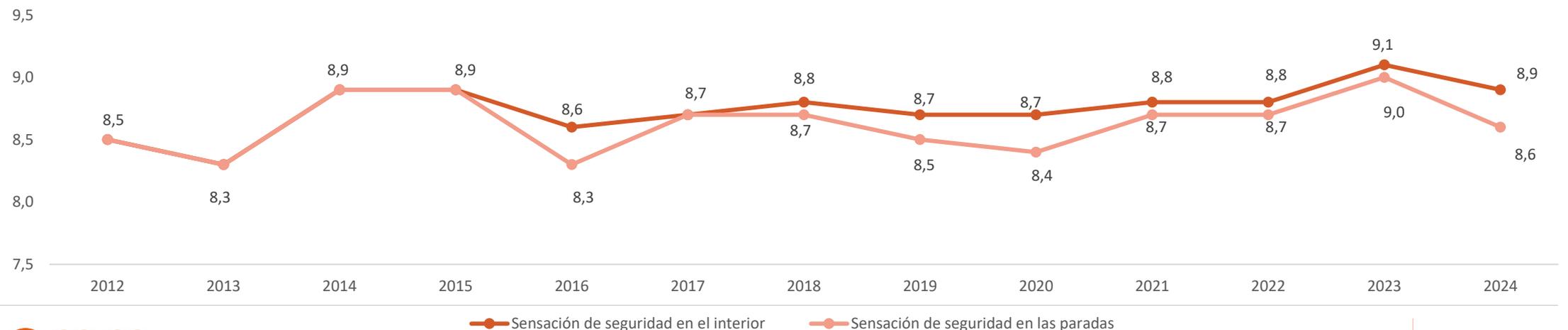
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: sensación de seguridad en el interior (8,9 sobre diez). En paradas: 8,6 de media
- Respecto a 2023: se reduce ligeramente la valoración (-0,4 en paradas y -0,2 en el interior).

Seguridad - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

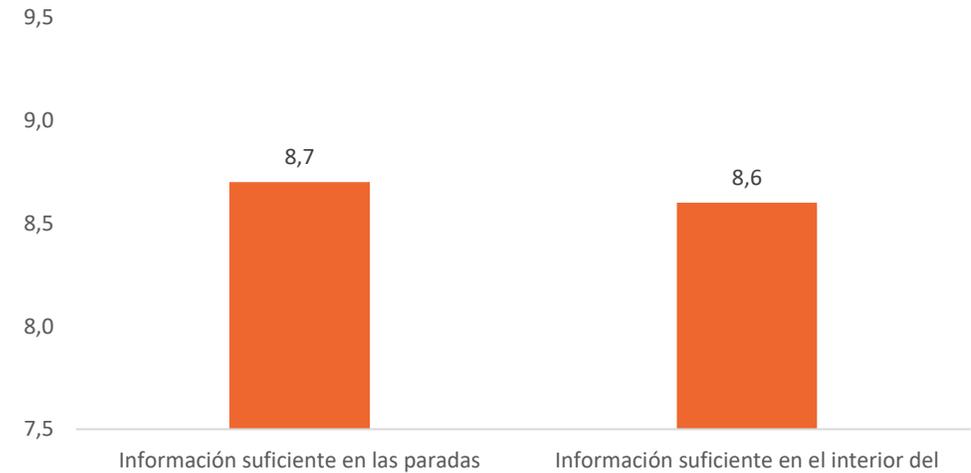


2.6. Información

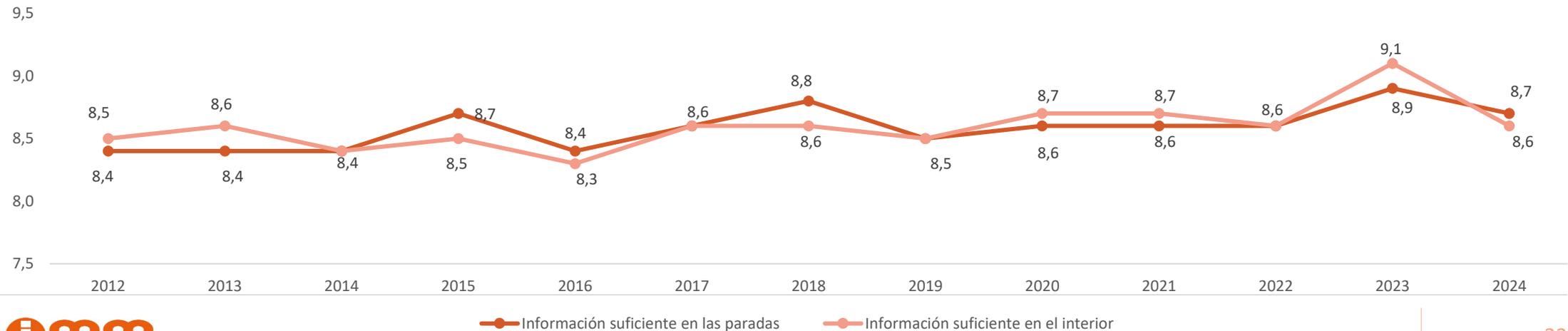
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: información en paradas (8,7 sobre diez). La información interior obtiene una media de 8,6.
- Respecto a 2023: ambos atributos reducen su valoración (-0,5 interior y -0,2 paradas).

Información - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)

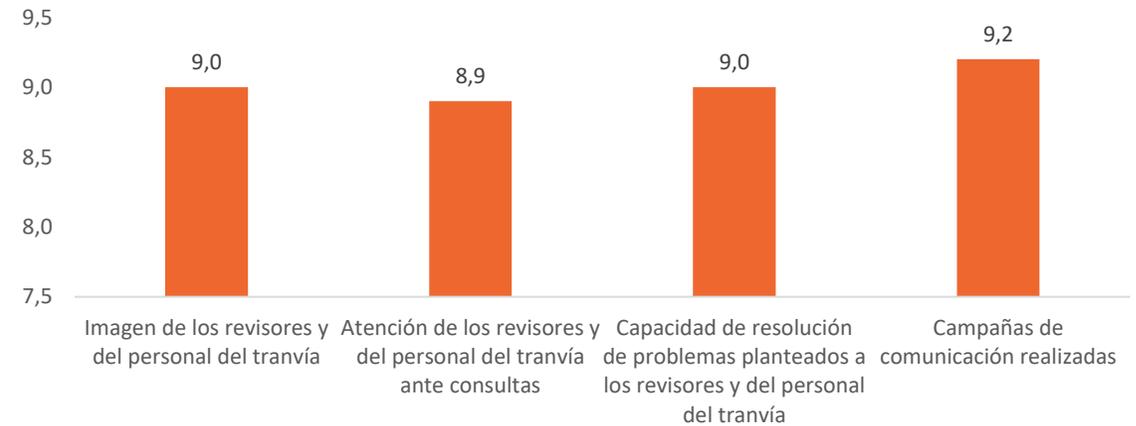


2.7. Atención al cliente y comunicación

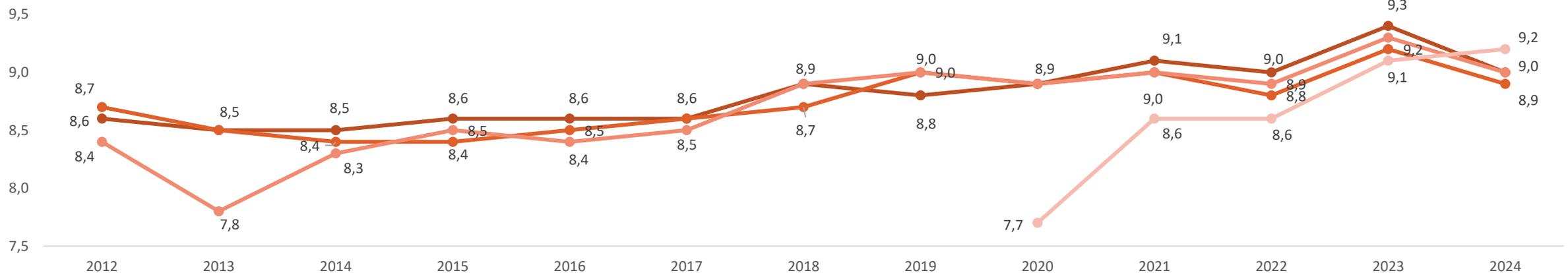
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: campañas de comunicación (9,2), seguido por imagen del personal y capacidad de resolución de problemas (9 ambos) y atención ante consultas (8,9).
- Respecto a 2023: se incrementa ligeramente campañas (+0,1) y descienden el resto (-0,4 imagen y -0,3 tanto atención como resolución de problemas).

Atención al cliente y comunicación - Valoraciones medias (escala 0-10)

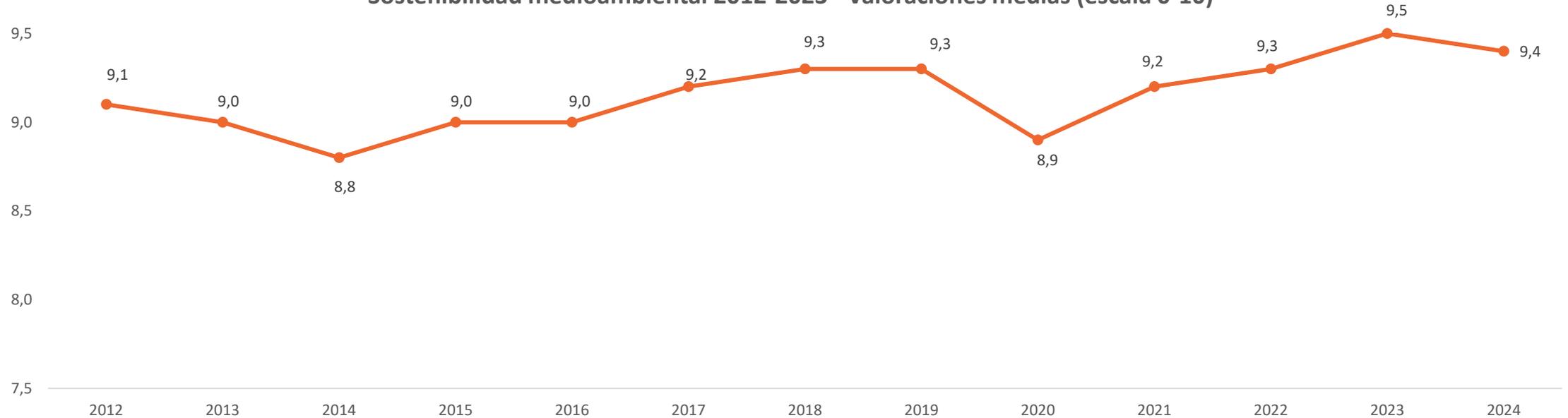


Evolución de valoraciones 2012-2024 (escala 0-10)



2.8. Medioambiente y sostenibilidad

Sostenibilidad medioambiental 2012-2023 - Valoraciones medias (escala 0-10)



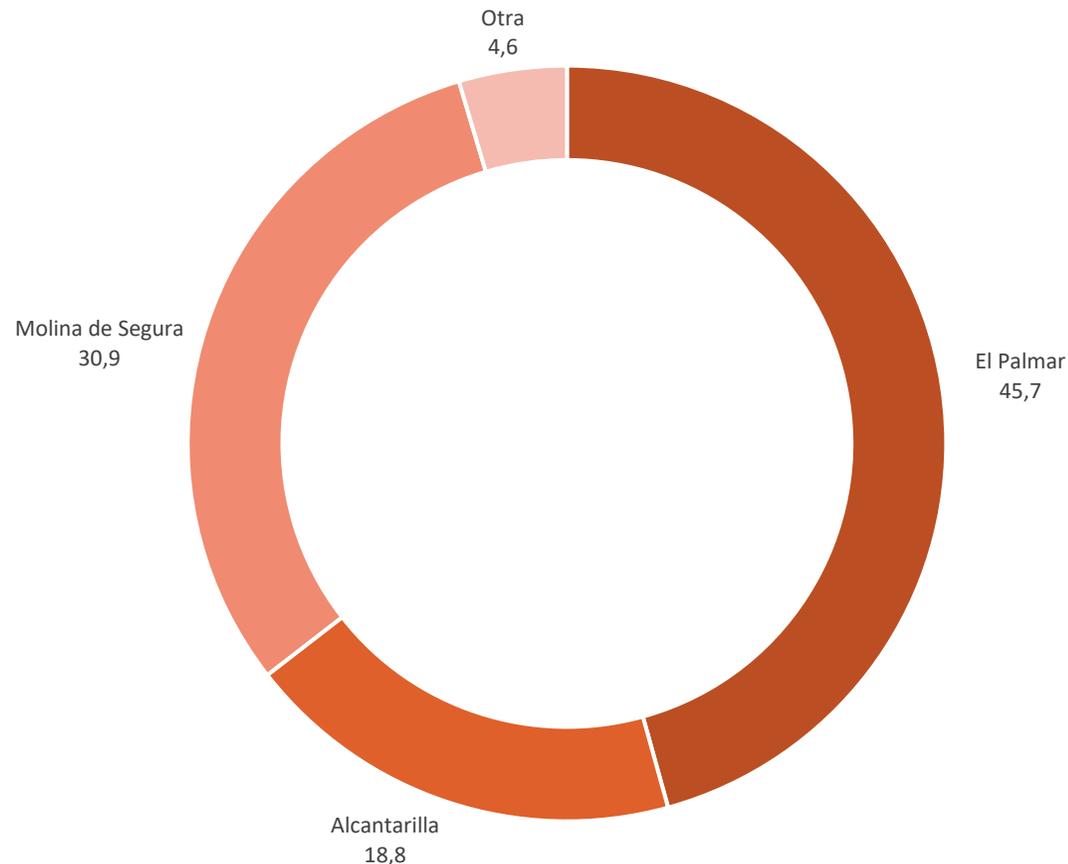
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

Se reduce ligeramente la valoración media respecto a 2023: 9,4 sobre diez (-0,1). No se recogen valoraciones negativas en 2024.

ASPECTOS CONCRETOS

3.1. Percepciones sobre ampliaciones

Tras la anunciada ampliación a El Carmen, ¿qué ampliación consideraría más urgente o necesaria? (% encuestados)

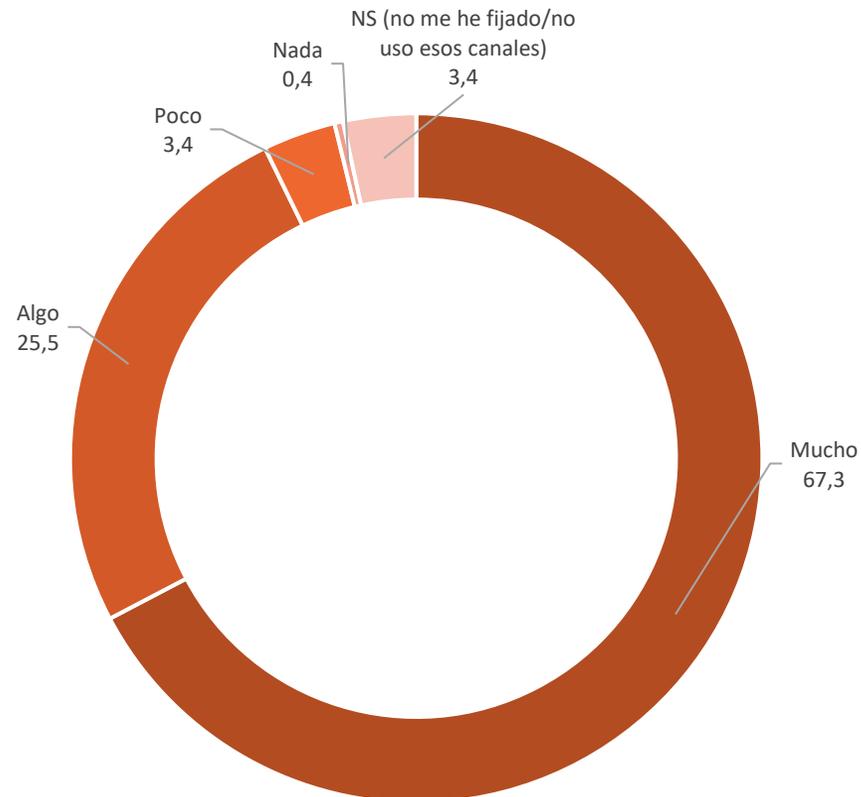


El 45,7% de encuestados opina que que la ampliación más urgente y necesaria sería hacia El Palmar.

- A continuación, se encuentran Molina de Segura (30,9%), Alcantarilla (18,8%) y otras (4,6%).
- Otras: no se recogen referencias más allá de peticiones genéricas de ampliación de paradas, capacidad y personal.

3.2. Percepciones sobre información y comunicación

¿Cree que la información y comunicación realizada por Tranvía de Murcia en sus distintos canales de comunicación es clara y comprensible? (% encuestados)

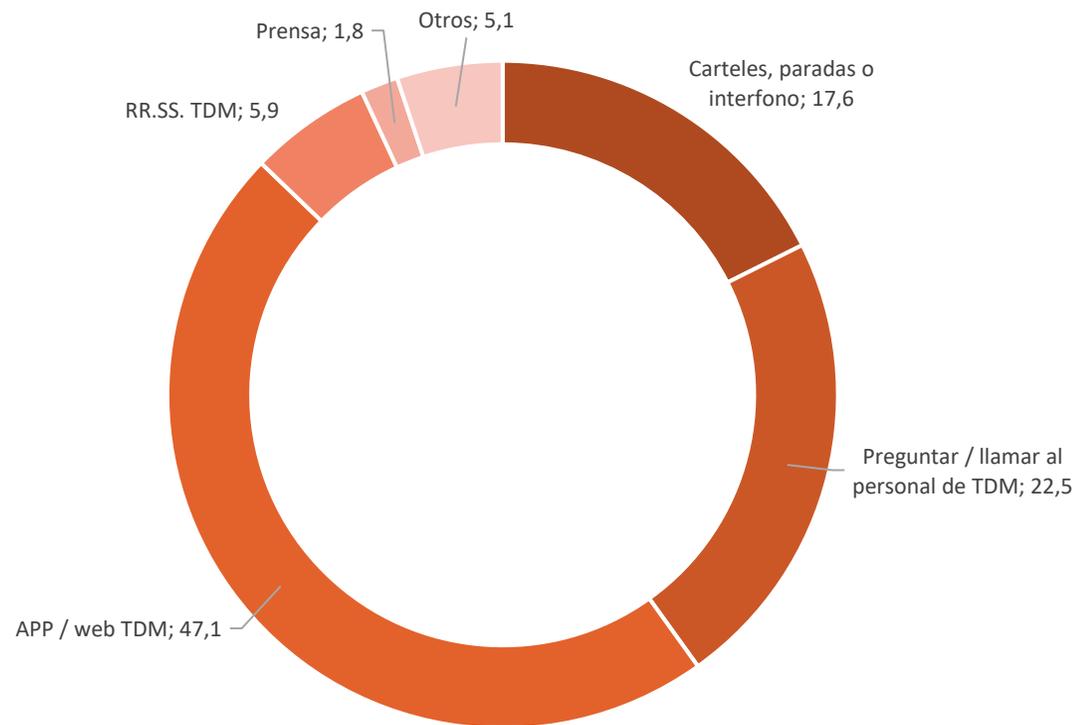


El 67,3% estima que la información y comunicación es muy clara y comprensible.

- 25,5%% afirma que algo.
- Un 3,4% no se ha fijado o no usa esos canales.
- 3,4% cree que es poco comprensible.
- 0,4% opina que no es nada clara.

3.3. Percepciones sobre medios de información en días especiales

Cuando necesita información del servicio en días especiales, ¿a través de qué medios se informa habitualmente? (% encuestados)

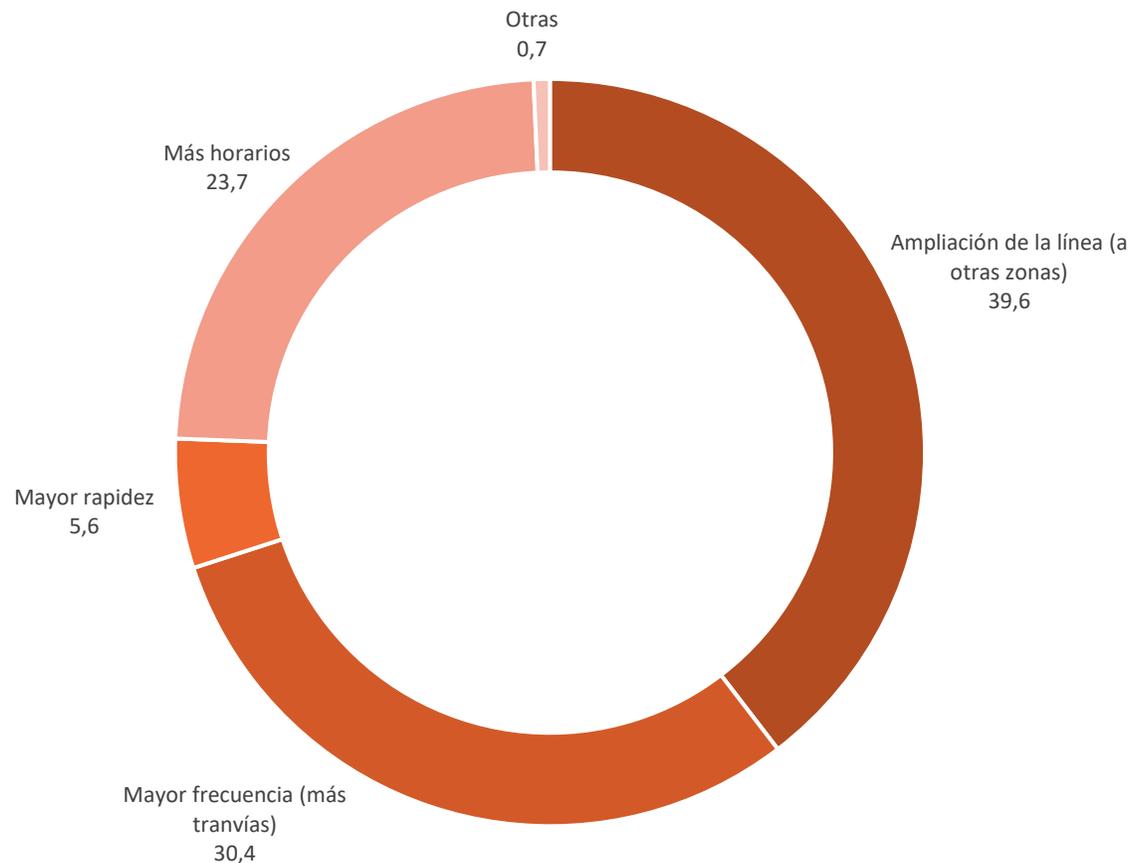


El 47,1% de los usuarios encuestados afirma que usa la APP o la web para informarse del servicio en días especiales.

- 22,5% pregunta la personal o llama por teléfono.
- 17,6% se informa por cartelería, en paradas o por interfono.
- Un 5,9% utiliza las redes sociales.
- 5,1% usa otros medios.
- Un 1,8% se informa a través de la prensa.

3.4. Percepciones sobre opciones para mejorar el servicio

Opciones de mejora del servicio ofertado (% encuestados)



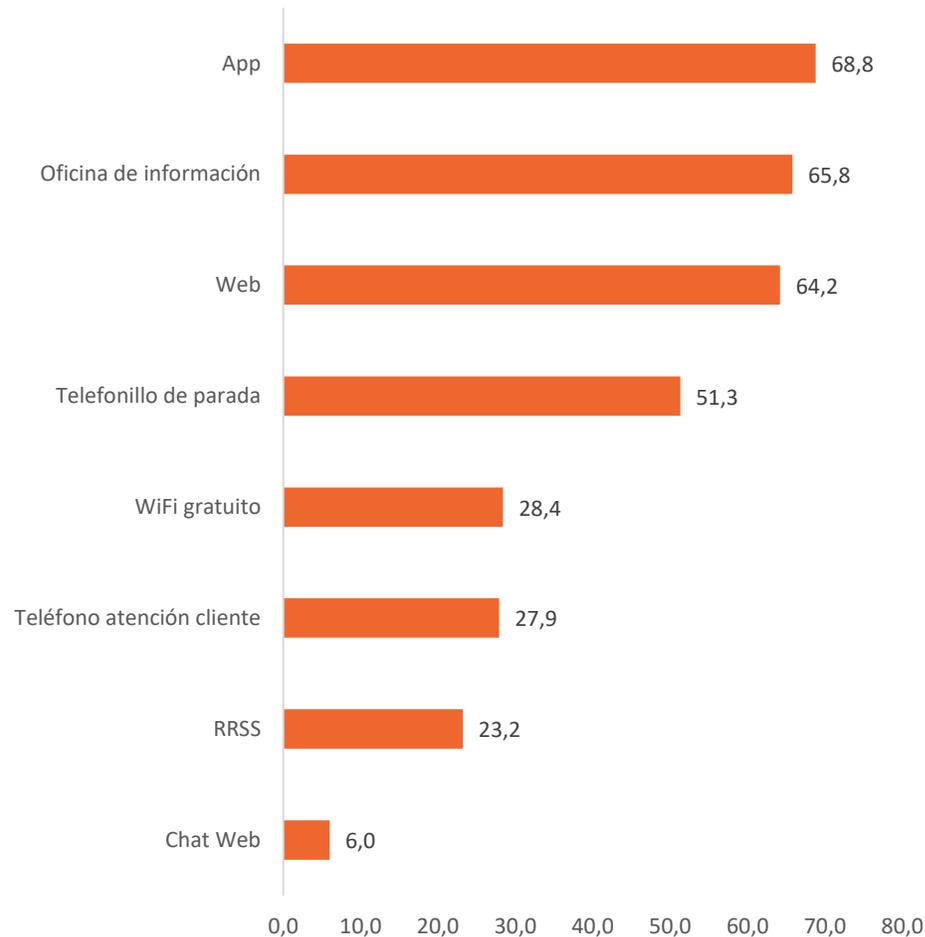
El 39,6% de participantes en la encuesta se decanta por la ampliación de la línea a otras zonas como propuesta de mejora del servicio ofertado.

Le siguen:

- Mayor frecuencia/tranvías (30,4%).
- Más horarios (23,7%).
- Mayor rapidez (5,6%).
- Otras (0,7%).

3.5. Conocimiento de servicios

% encuestados que conoce servicios



Servicios más conocidos (superiores al 60%):

- App Tranvía (68,8%).
- Oficina de información (65,8%).
- Nueva web Tranvía (64,2%)

Otros servicios (entre el 20% y el 55%):

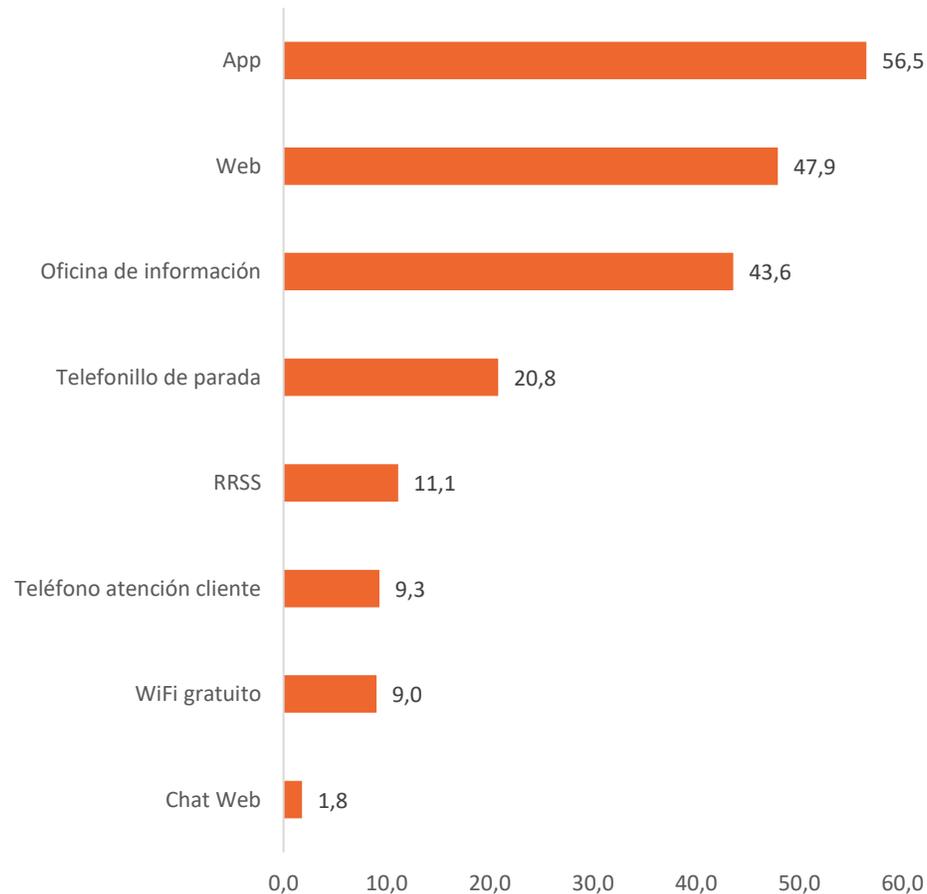
- Telefonillo de parada (51,3%).
- WiFi gratuito (28,4%).
- Teléfono de atención al cliente (27,9%).
- Redes sociales (23,2%).

Resto de servicios (inferiores al 20%):

- Chat Web Tranvía (6%).

3.6. Uso de servicios

% encuestados que conoce y ha utilizado servicios (base: pregunta de respuesta múltiple)



Servicio más utilizado (superior al 50%):

- App Tranvía (56,5%).

Otros servicios (entre 20% y 50%):

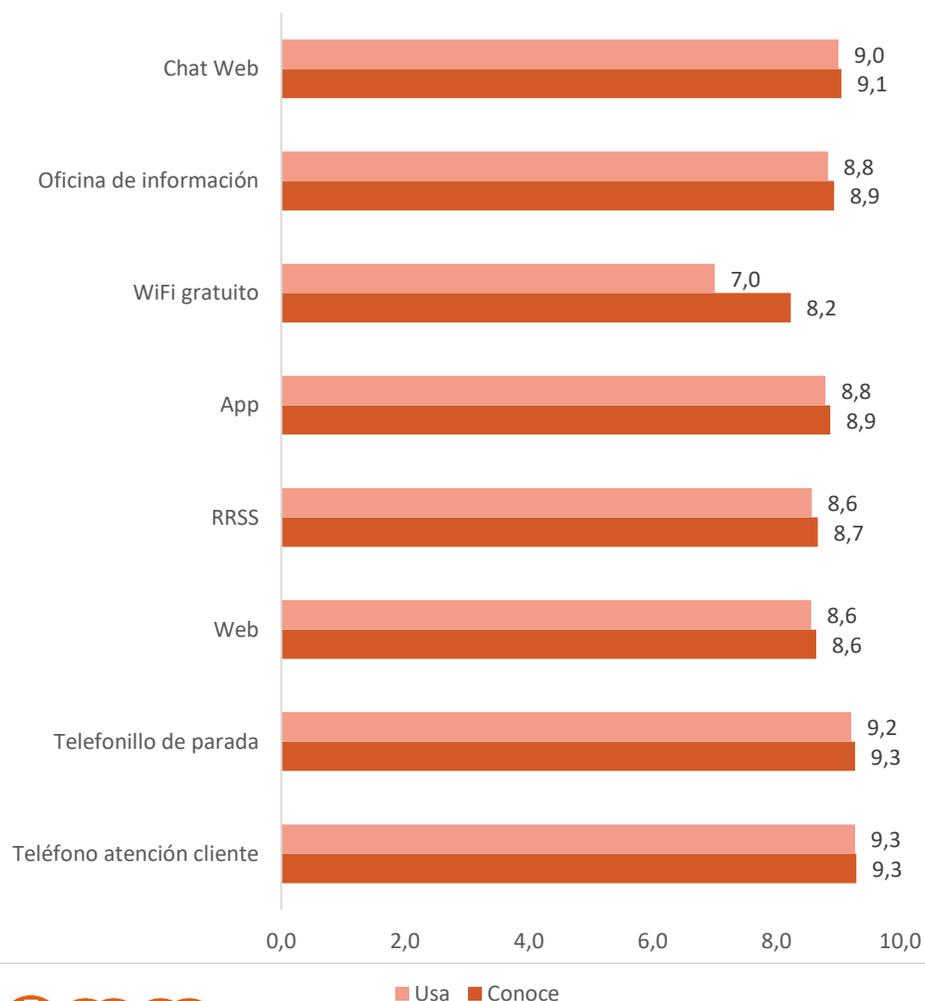
- Web Tranvía (47,9%).
- Oficina de información (43,6%).
- Telefonillo de parada (20,8%).

Por debajo del 20%:

- Redes sociales (11,1%).
- WiFi gratuito (9%).
- Chat web (1,8%).

3.7. Valoración de servicios

Valoración de servicios (escala 0-10)



Salvo en el caso de WiFi gratuito no se aprecian diferencias especialmente significativas entre las valoraciones medias de los usuarios que conocen y usan los servicios. .

No obstante, se destacan las siguientes apreciaciones:

- Mayor valoración entre quienes conocen WiFi que quienes lo usan (+1,2)
- Misma valoración entre quienes conocen y usan la página web.
- Ligeramente menor valoración entre los usuarios de telefonillo, web, RRSS, oficina y chat web (-0,1).



Tranvía
de Murcia