



investigación
de mercados
murcia



Tranvía
de Murcia

2024

ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

Diciembre 2024

01

Visión general

- 1.1. Datos principales
- 1.2. Atributos según valoración
- 1.3. Comparativa 2023-2024
- 1.4. Agrupaciones de atributos
- Proporción de usuarios muy satisfechos
- 1.5. Proporción de usuarios insatisfechos
- 1.6. Proporción de usuarios insatisfechos

02

Grupos de atributos

- 2.1. Puntualidad y regularidad
- 2.2. Servicio ofertado
- 2.3. Confort durante el trayecto
- 2.4. Accesibilidad
- 2.5. Seguridad
- 2.6. Información
- 2.7. Atención al cliente y comunicación
- 2.8. Medioambiente y sostenibilidad

03

Aspectos concretos

- 3.1. Percepción sobre ampliaciones
- 3.2. Percepción sobre información y comunicación
- 3.3. Percepción sobre medios de información en días especiales
- 3.4. Percepciones sobre opciones de mejora
- 3.5. Conocimiento de servicios
- 3.6. Uso de servicios
- 3.7. Valoración de servicios
- 3.8. Percepciones sobre transporte público

04

Propuestas

- 4. Agrupación de propuestas

05

Visión de conjunto

Anexo Descripción de la muestra

Ficha técnica

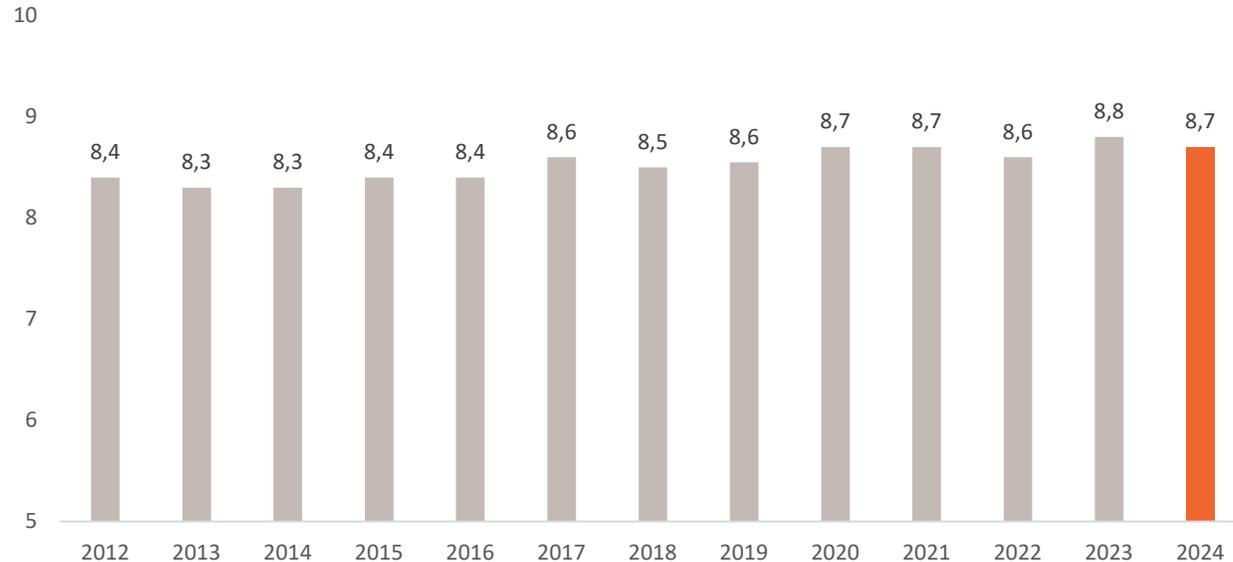


Población de estudio	Usuarios del Tranvía de Murcia
Muestra	612 encuestas Muestra estratificada en función de datos reales de afluencia del tranvía según los conteos automáticos considerando día de la semana, tramo horario y tipo de parada según afluencia
Margen de error	±3,96% (nivel de confianza del 95%)
Metodología	Encuesta presencial en las paradas y el interior del tranvía
Fechas de la encuesta	Del 18 al 28 de noviembre de 2024
Equipo	Investigación Mercados Murcia (www.immurcia.com)

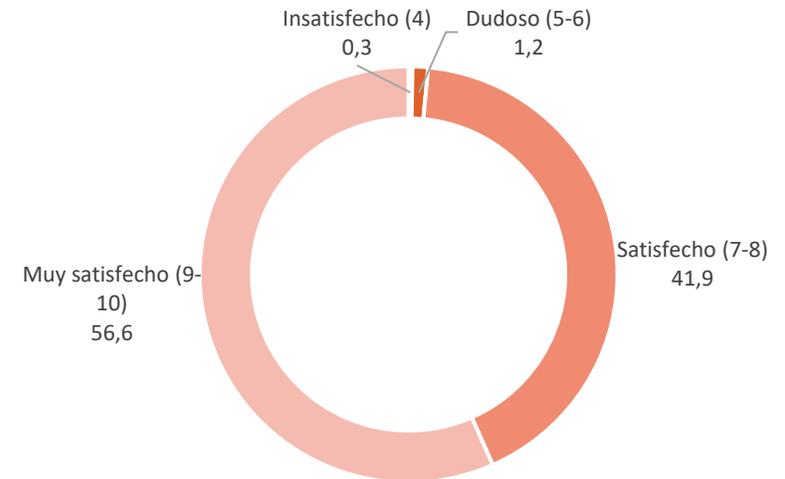
VISIÓN GENERAL

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).

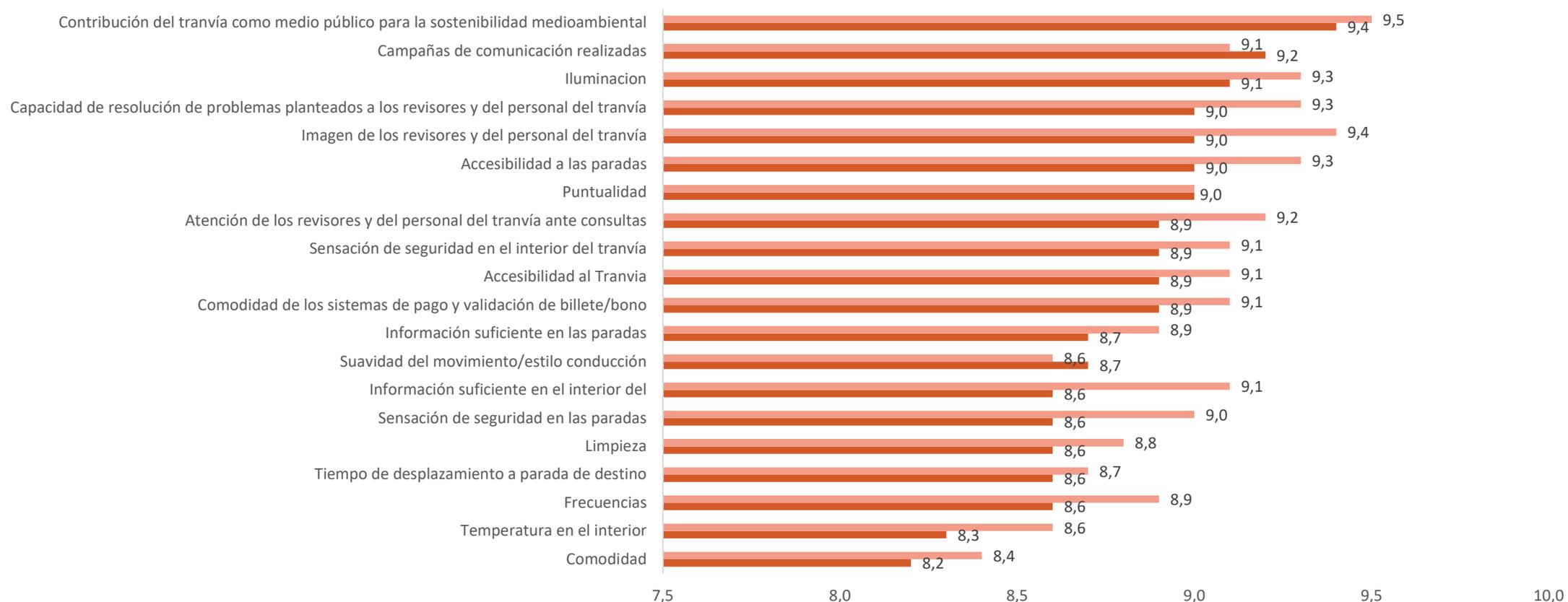
Valoración media de atributos 2024 (escala 0-10)



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

1.3. Comparativa de la valoración de atributos 2023-2024

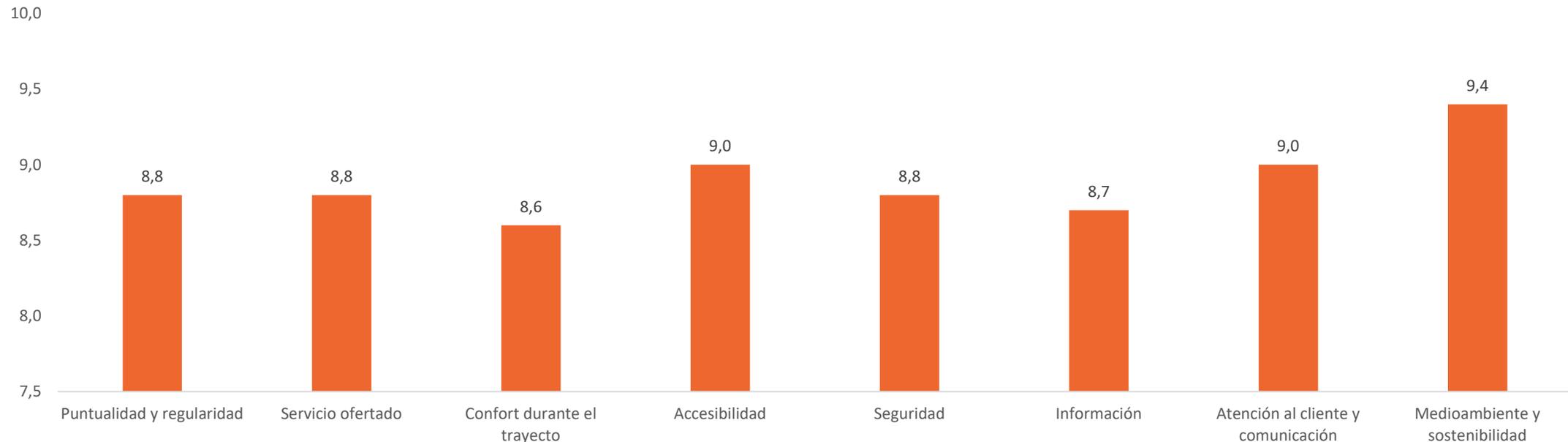
Comparativa de la valoración media de atributos 2023-2024 (escala 0-10)



- La valoración media de los atributos asciende ligeramente en 2, se mantiene en 1 y desciende en 17 respecto a la encuesta anterior.

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).

1.5. Proporción de usuarios muy satisfechos

% encuestados que valora con 9 o 10



En 2024, 18 de los veinte atributos considerados se sitúan por encima del 50%, mientras que 2 están por debajo.

- Mayores porcentajes (superiores al 75%):
 - Contribución medioambiental (86,1%).
 - Campañas de comunicación (77%).
 - Iluminación (75,2%).
- Menor porcentaje (inferior al 50%):
 - Temperatura en el interior (48,8%).
 - Comodidad (45,1%).

1.6. Proporción de usuarios insatisfechos

% encuestados que valora por debajo de 5



18 atributos reciben valoraciones por debajo de 5 sobre diez.

- Mayor porcentaje (superiores al 1,5%):

- Temperatura en el interior (2%)

- Atributos sin valoraciones negativas (0%):

- Contribución medioambiental e iluminación.

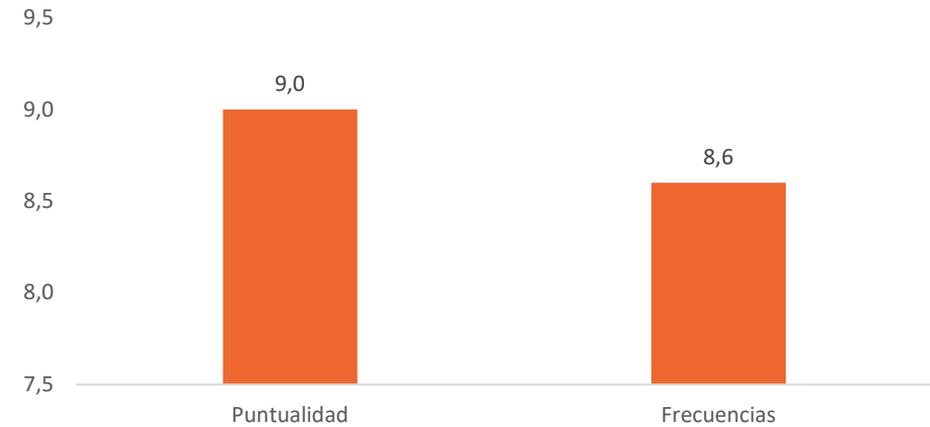
GRUPOS DE ATRIBUTOS

2.1. Puntualidad y regularidad

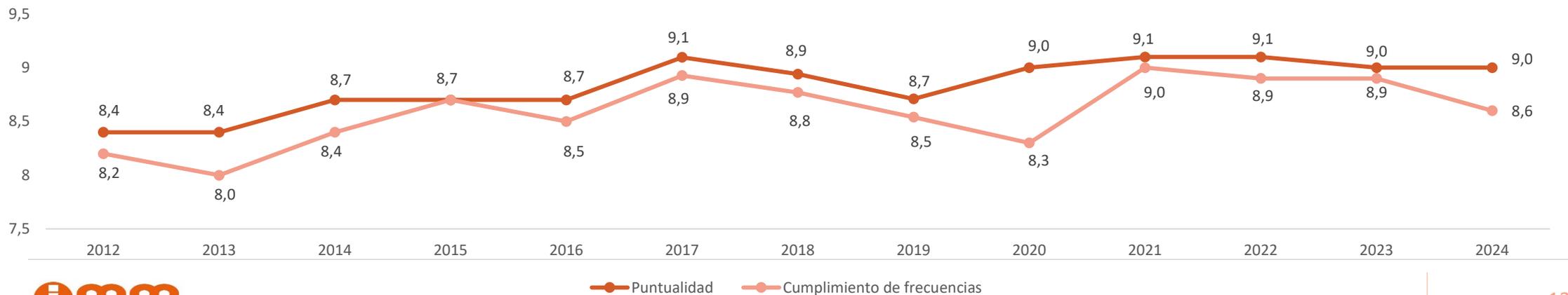
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- 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)



2.1. Puntualidad y regularidad

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Puntualidad (0,3%).

Las opiniones negativas se deben a percepciones genéricas sobre falta de puntualidad en la salida del recorrido o a paradas en concreto.

✓ *"Salir a la hora indicada o no pararse a mitad de camino". "Más tranvías a la UCAM".*

Cumplimiento de frecuencias (0,8%).

Las puntuaciones inferiores a 5 se justifican por percepciones generales negativas sobre las frecuencias.

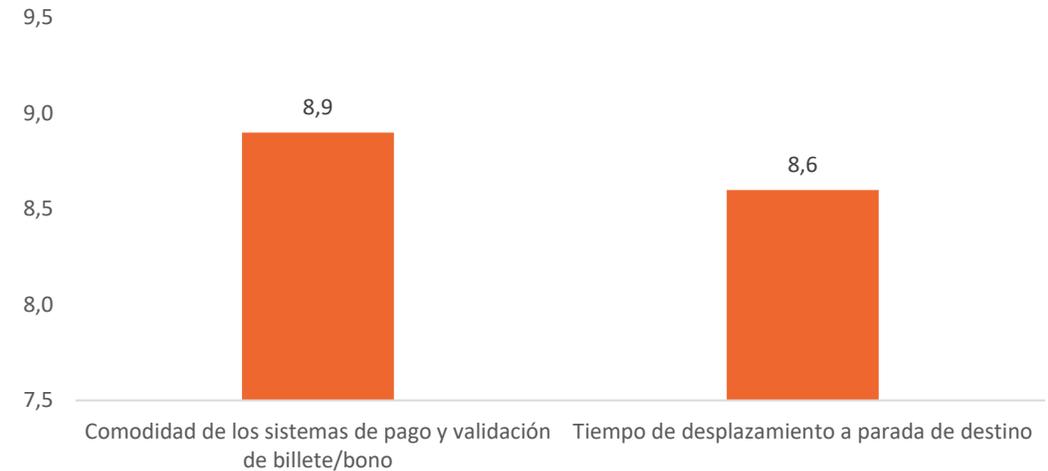
✓ *"Más tranvías cada menos tiempo". "Más frecuencias en fines de semana".*

2.2. Servicio ofertado

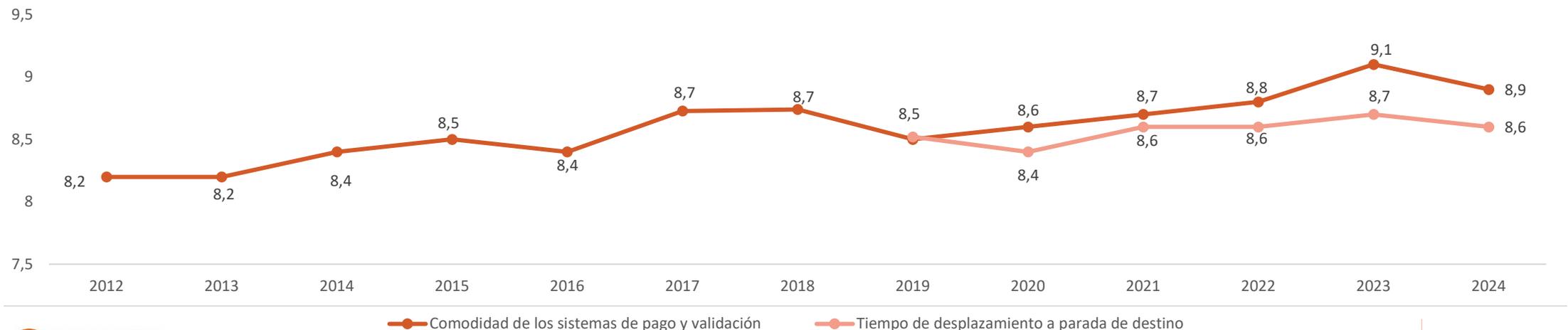
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- 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)



2.2. Servicio ofertado

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Tiempo de desplazamiento a parada de destino (0,8%).

Las puntuaciones bajas se justifican por percepciones sobre retraso en los trasbordos y reclamaciones de incremento de frecuencia o líneas.

✓ *“Evitar trasbordo o reducir espera”. “Más líneas y más frecuencias”. “En Los Rectores”.*

Comodidad de los sistemas de pago y validación (1%).

Las opiniones negativas hacen referencia a percepciones sobre el funcionamiento de los sistemas de pago y la información disponible al respecto.

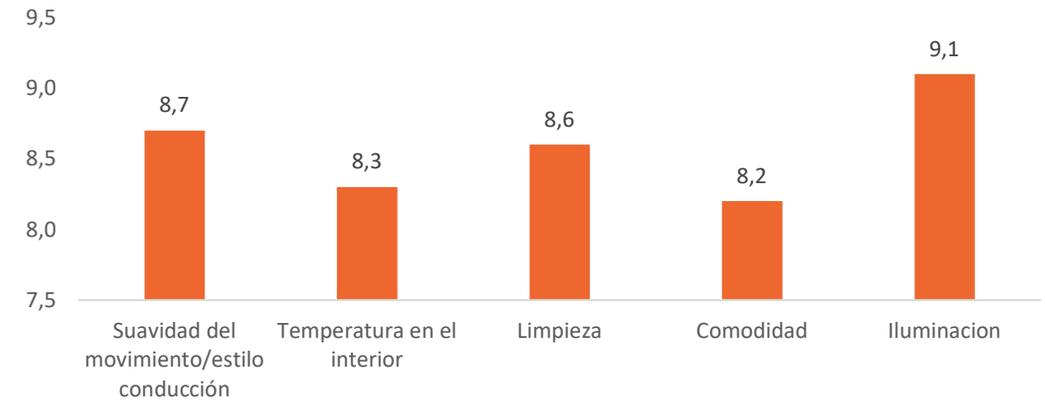
✓ *“Mejor mantenimiento, revisiones sistemáticas”. “Que se indique mejor dónde pagar y que funcione”.*

2.3. Confort durante el trayecto

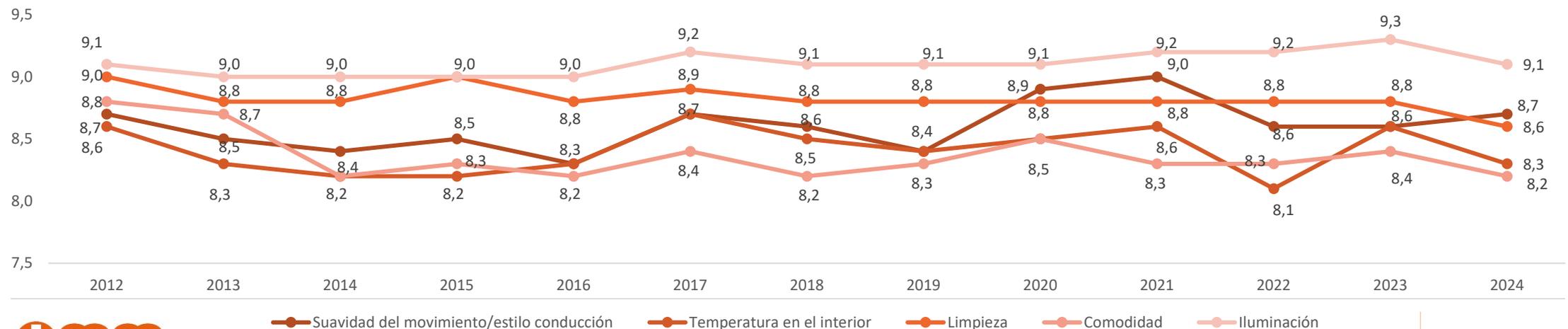
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- **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)



2.3. Confort durante el trayecto

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Suavidad del movimiento / estilo de conducción (0,3%). Las valoraciones menores a 5 se deben a percepciones brusquedad en la conducción. *“No conducir tan brusco”*. *“Más despacio en curvas”*.

Temperatura en el interior (2,0%). Los encuestados con visión más negativa se justifican reclamando adecuar la temperatura en horas punta o establecer más frecuencias para reducir la sensación de hacinamiento durante los trayectos. *“Aire acondicionado más fuerte en horas punta”*. *“Más frecuencias o más ventilación”*.

Limpieza (0,2%). Tan sólo se recogen menciones generales relativas a mejora de la limpieza.

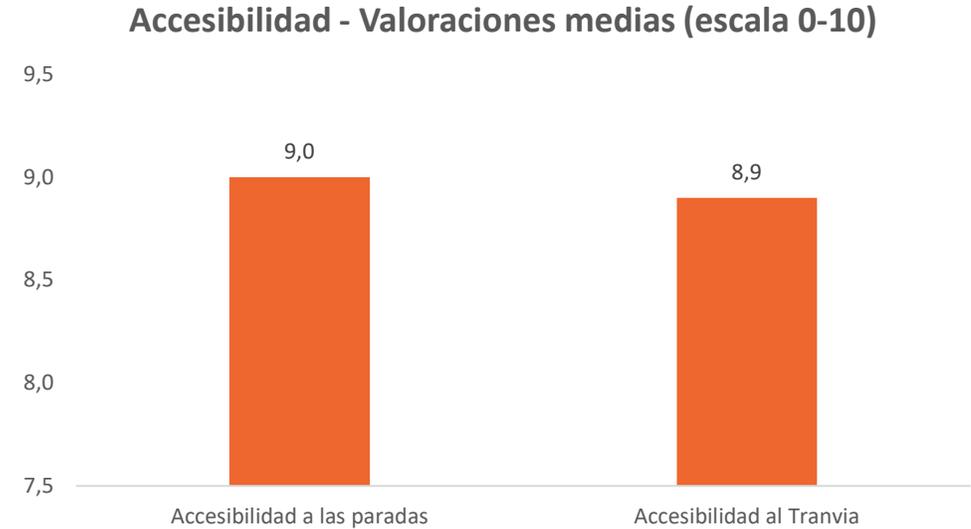
Comodidad (1,1%). Las puntuaciones por debajo de 5 se justifican por reclamar más aforo, frecuencia y asientos disponibles para los viajeros. *“Más vagones o más tranvías”*. *“Quitar barras y poner más asientos en los laterales de los pasillos”*.

Iluminación (0%). En 2024 no se recogen valoraciones inferiores a 5 sobre diez.

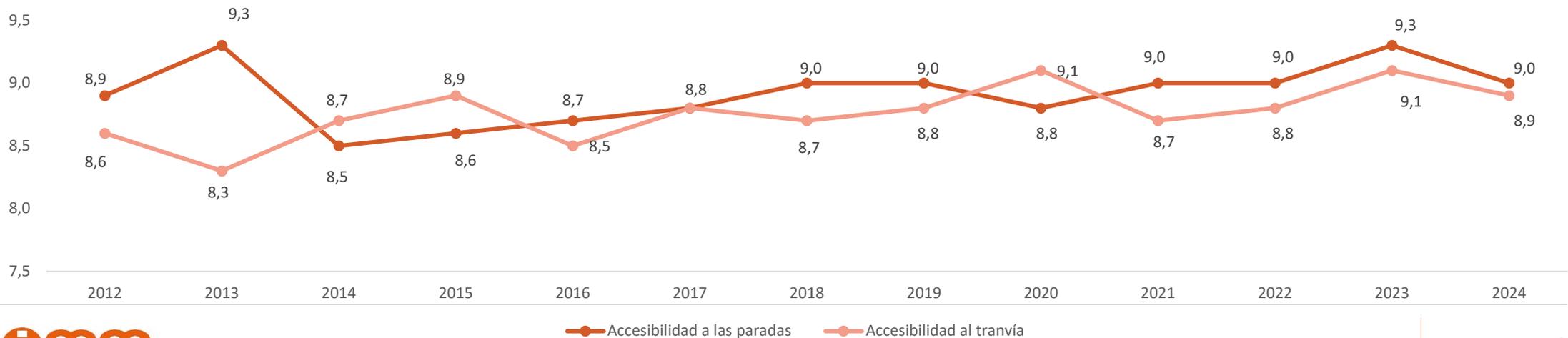
2.4. Accesibilidad

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).



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



2.4. Accesibilidad

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Accesibilidad a las paradas (0,5%).

Las opiniones negativas no van más allá de demandar la ampliación del servicio y las frecuencias.

✓ *"Ampliar servicio". "Más frecuencias".*

Accesibilidad al tranvía (0,5%).

Las valoraciones más bajas tan sólo hacen referencia al comportamiento de los usuarios y demandas de ampliación del servicio para evitar aglomeraciones o problemas de acceso.

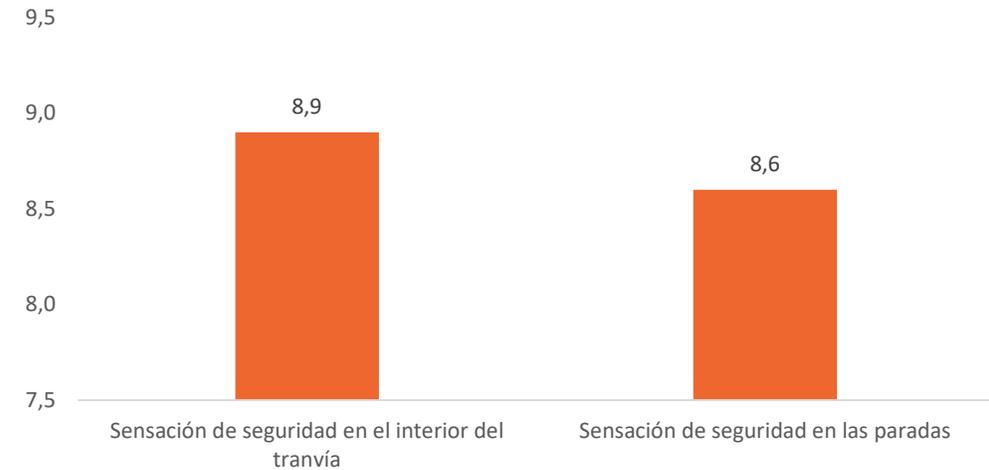
✓ *"Que la gente sea más educada". "Ampliar servicio".*

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)



2.5. Seguridad

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Sensación de seguridad en el interior (0,7%).

Las puntuaciones inferiores a 5 sobre diez en cuanto a la seguridad en el interior se justifican por reclamar más personal.

✓ *“Más personal de seguridad”. “Más revisores”.*

Sensación de seguridad en las paradas (1,3%).

De igual forma, en cuanto a la seguridad en paradas, se recogen referencias genéricas a mayor vigilancia y personal.

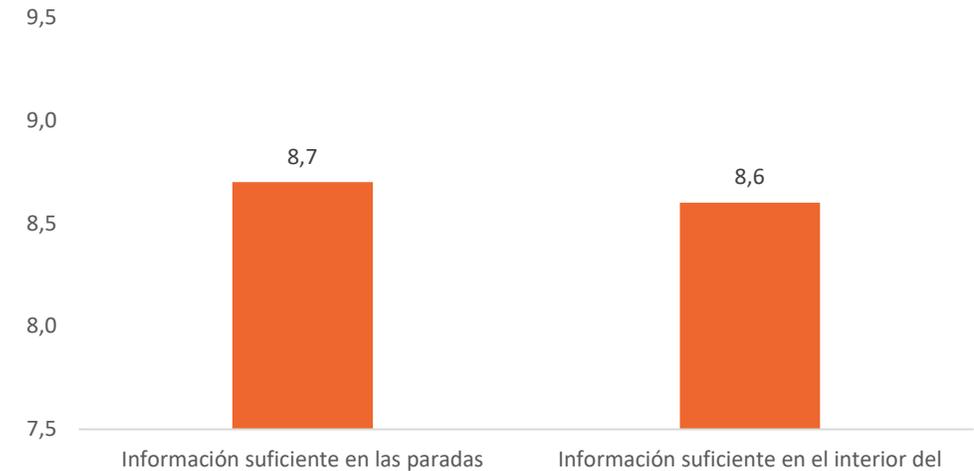
✓ *“Mayor vigilancia”. “Más presencia de personal”.*

2.6. Información

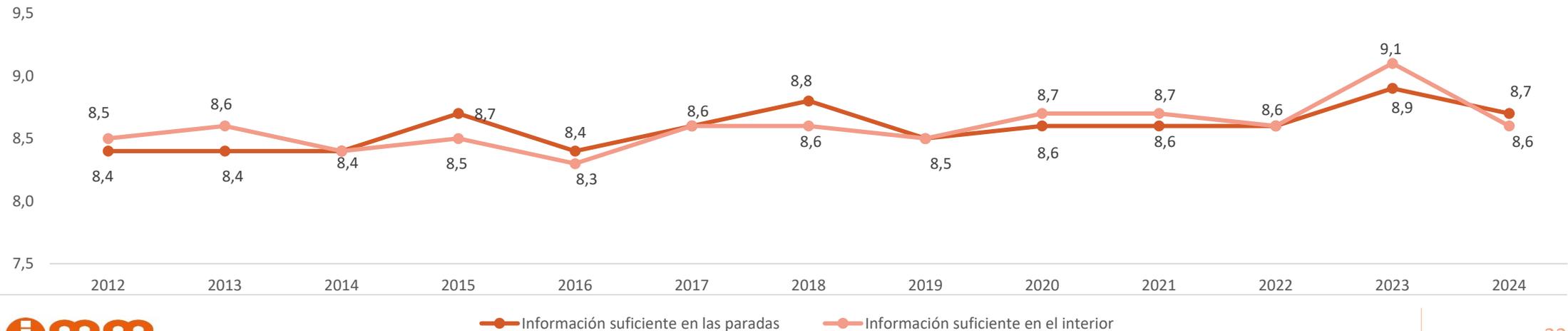
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- 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)



2.6. Información

JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Información suficiente en paradas (0,7%).

Quienes otorgan las puntuaciones más bajas lo justifican por percibir que la información debe ser más detallada o visual en las paradas, en su opinión.

✓ *"Más detallada". "Información más visual".*

Información suficiente en el interior (1,1%).

Se reclama que haya más locuciones durante el trayecto y que sean más claras, además de avisos en el interior a la hora de acceder al tranvía.

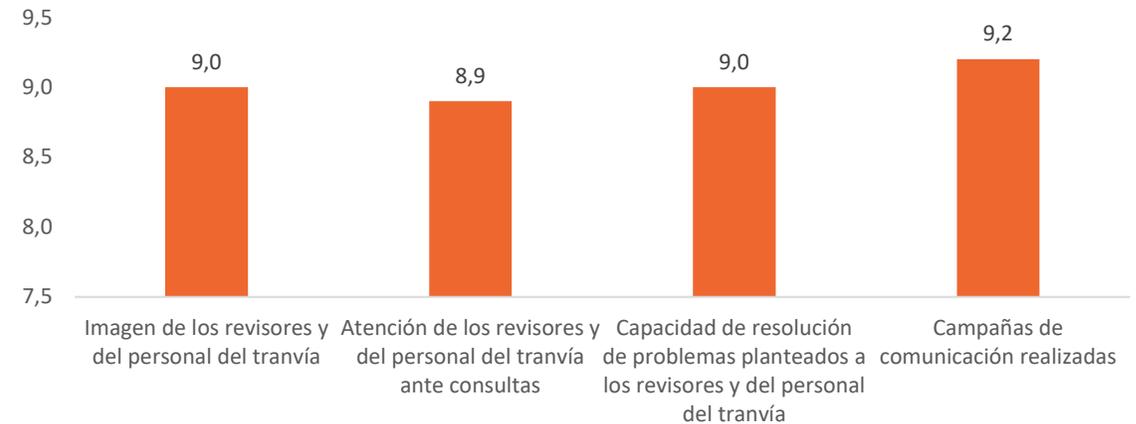
✓ *" Locuciones más claras y numerosas". "Avisos o carteles llamativos que se enciendan tanto dentro como antes de subir".*

2.7. Atención al cliente y comunicación

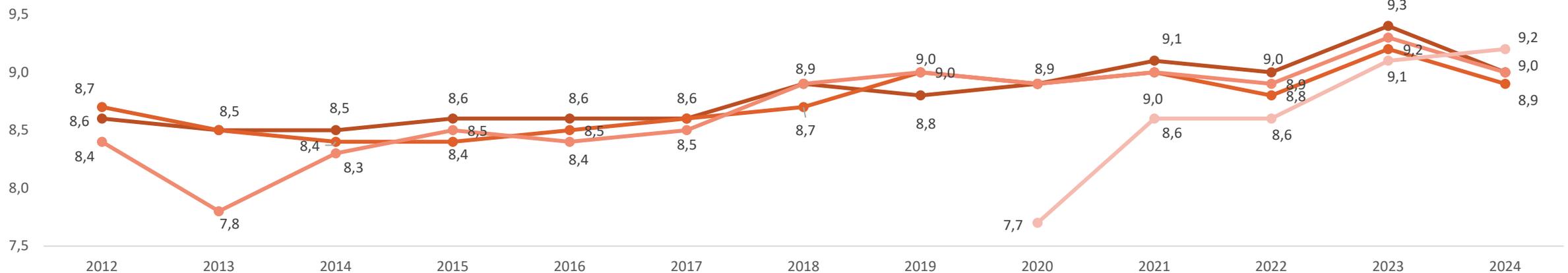
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- 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)



2.7. Atención al cliente y comunicación



JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Imagen de los revisores y del personal del tranvía (0,2%). No se especifica una justificación de las puntuaciones negativas más allá de reclamar que se mejore la imagen de revisores y personal.

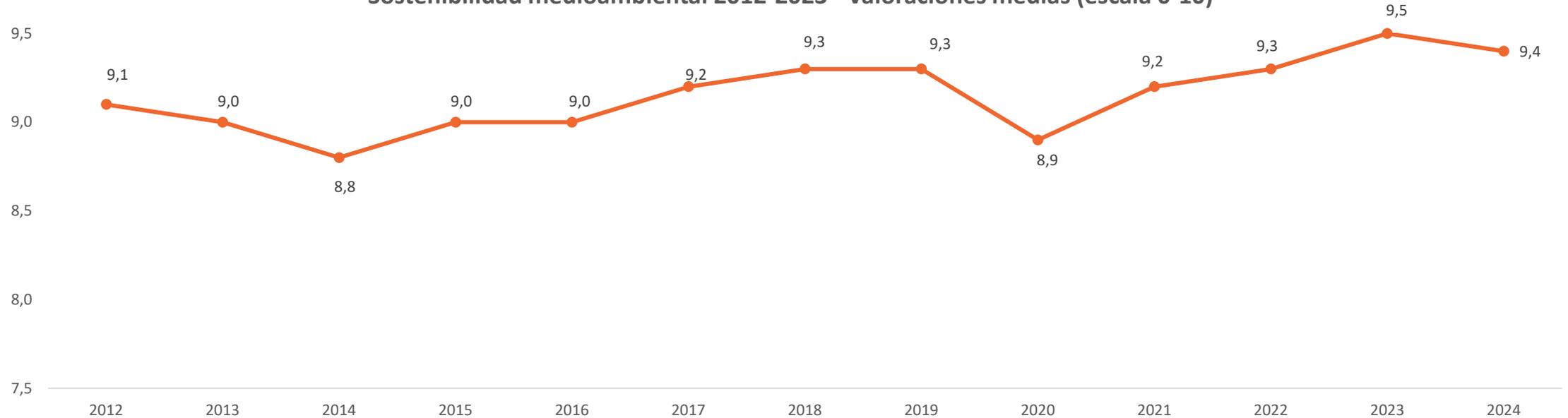
Atención de los revisores y del personal del tranvía (0,3%). Se pide que se den las explicaciones más rápidamente. *"Que expliquen a los usuarios más rápido"*.

Capacidad de resolución de problemas planteados (0,9%). Las opiniones negativas reclaman más empatía en el trato y que se haga de forma igualitaria. *"Algo más de empatía"*. *"Igualdad en el trato"*.

Campañas de comunicación realizadas (1,2%). Se reclama una mejora de información, en concreto a través de cartelería y en RRSS. *"Más carteles e información por redes"*. *"Informar mejor"*.

2.8. Medioambiente y sostenibilidad

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



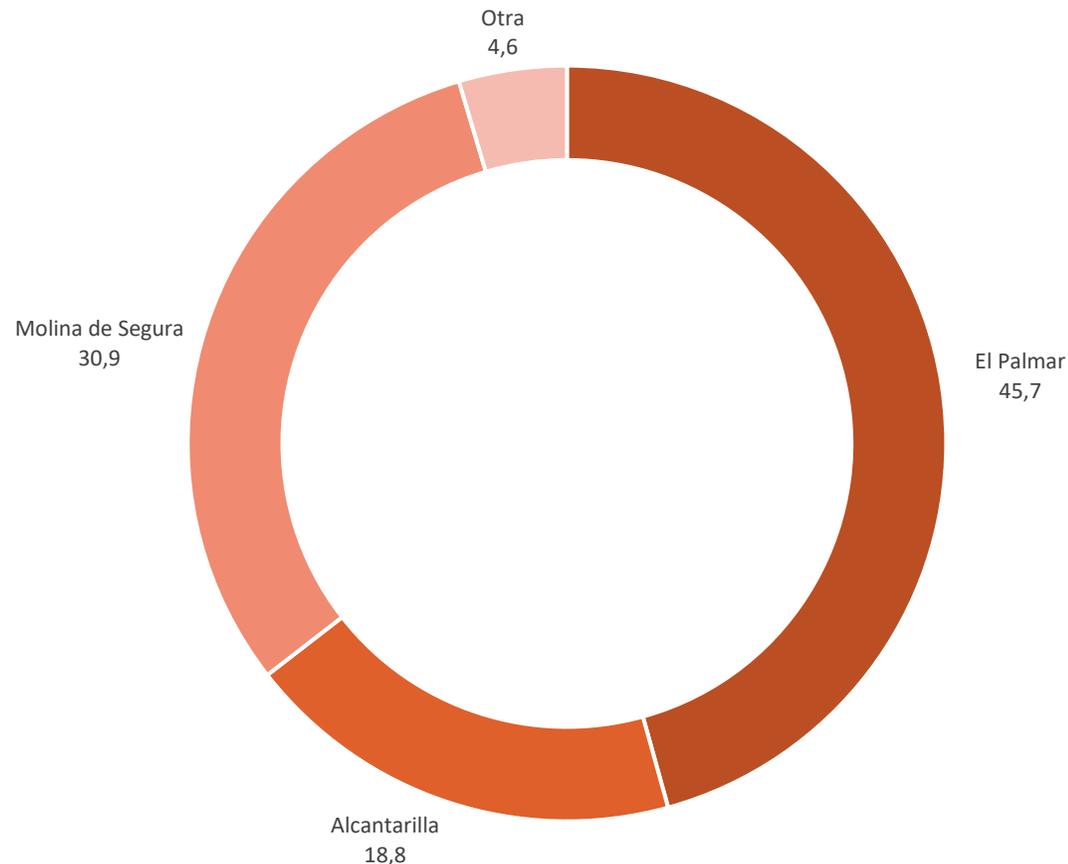
PRINCIPALES OBSERVACIONES:

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)

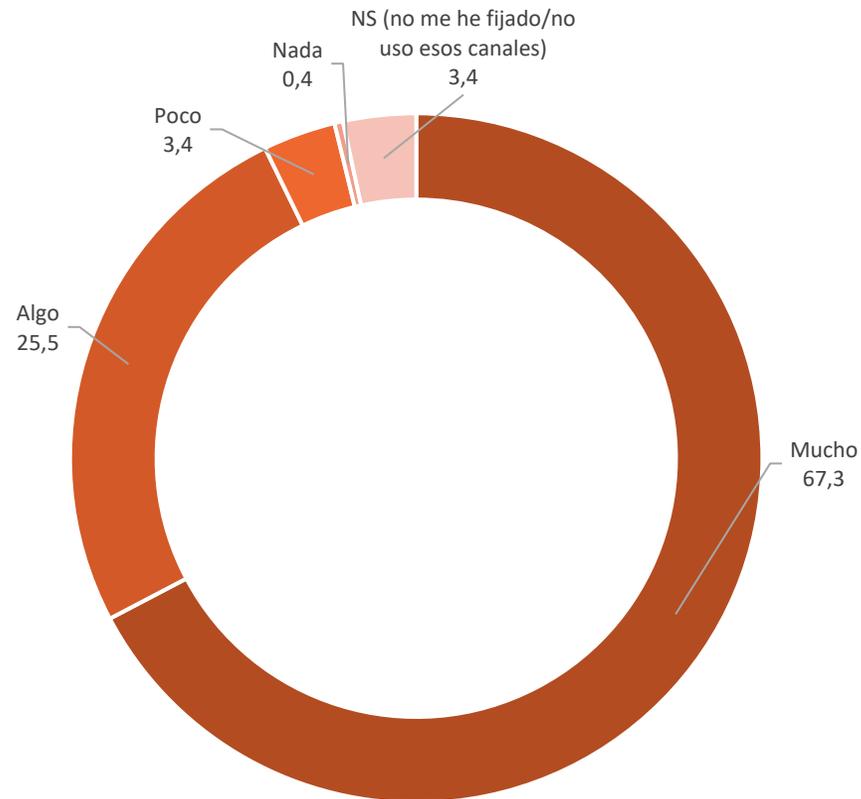


El 45,7% de encuestados opina que que la ampliación más urgente y necesaria sería hacia El Palmar.

- 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)

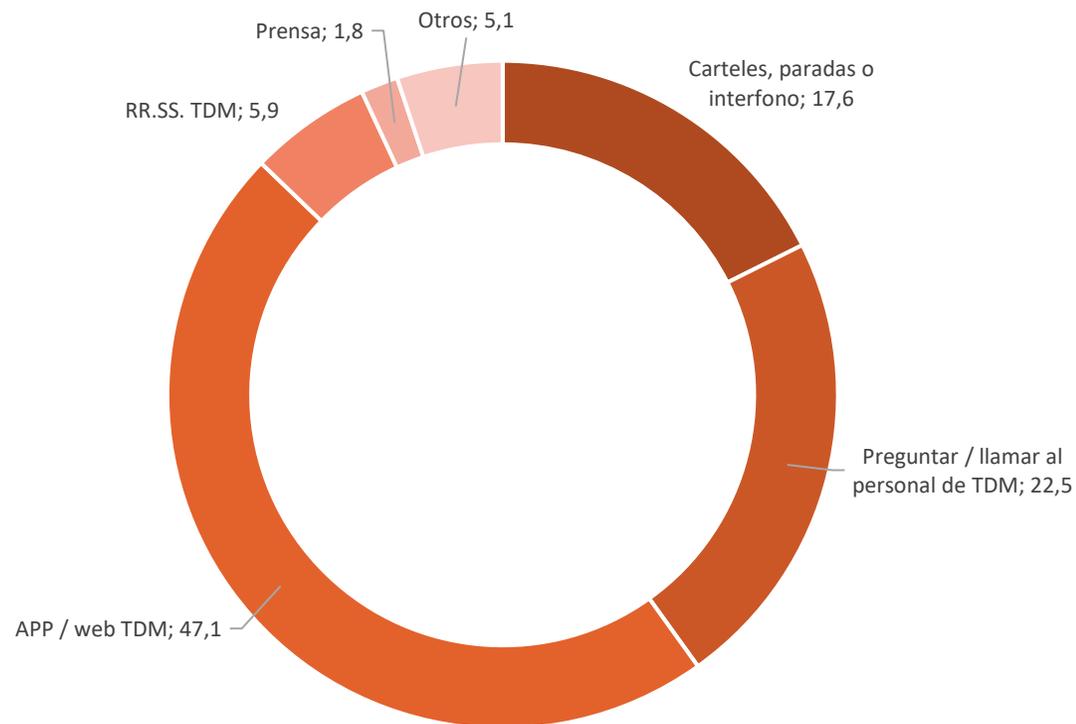


El 67,3% estima que la información y comunicación es muy clara y comprensible.

- 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)

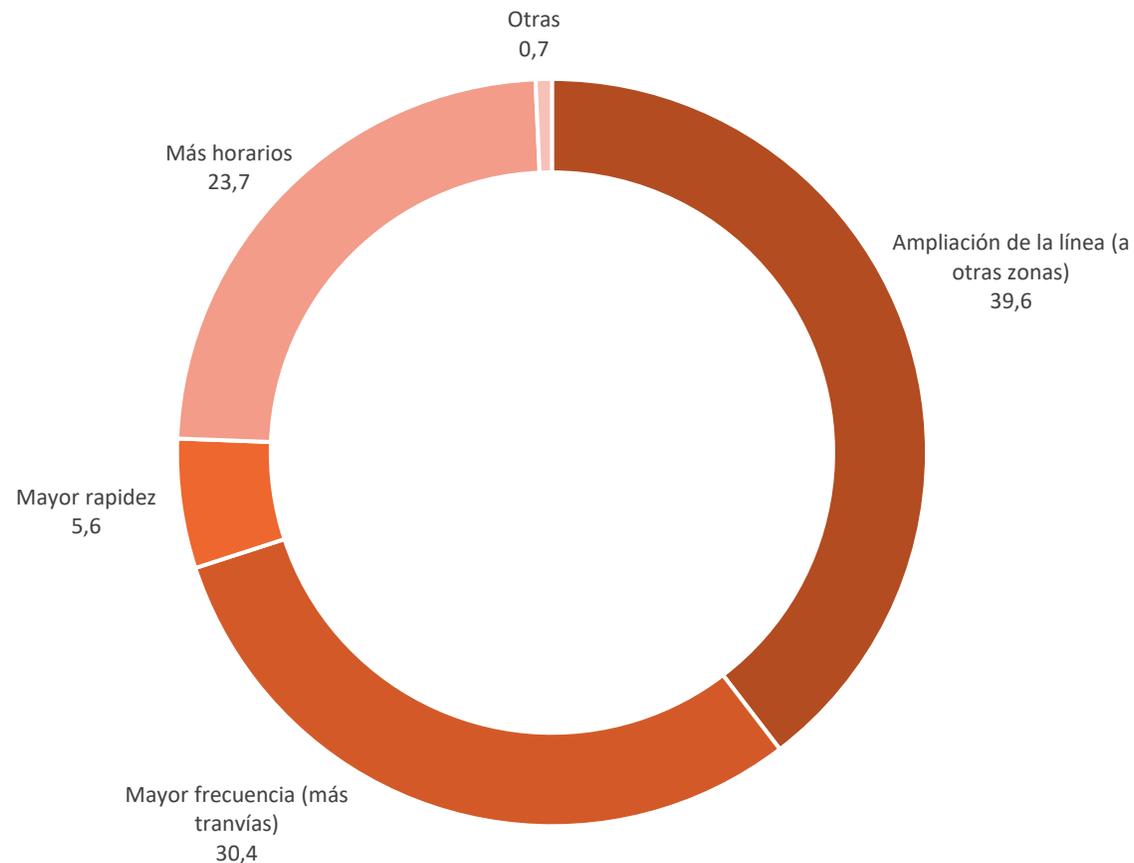


El 47,1% de los usuarios encuestados afirma que usa la APP o la web para informarse del servicio en días especiales.

- 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)



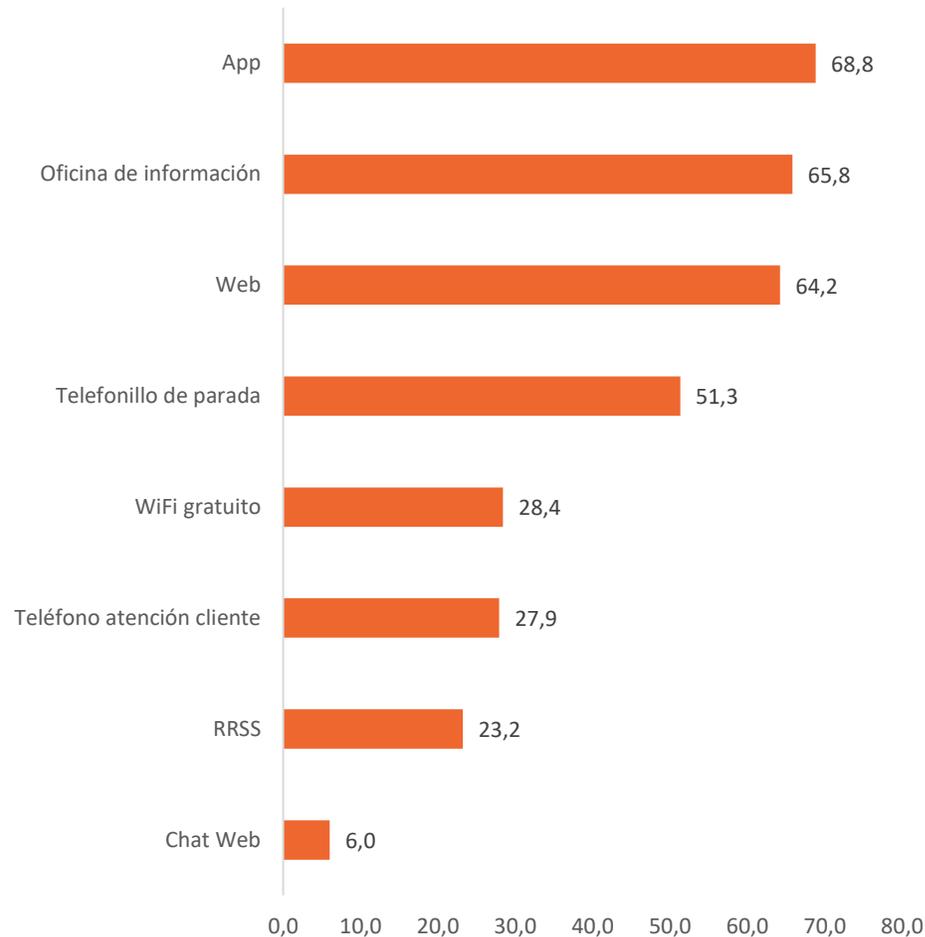
El 39,6% de participantes en la encuesta se decanta por la ampliación de la línea a otras zonas como propuesta de mejora del servicio ofertado.

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%):

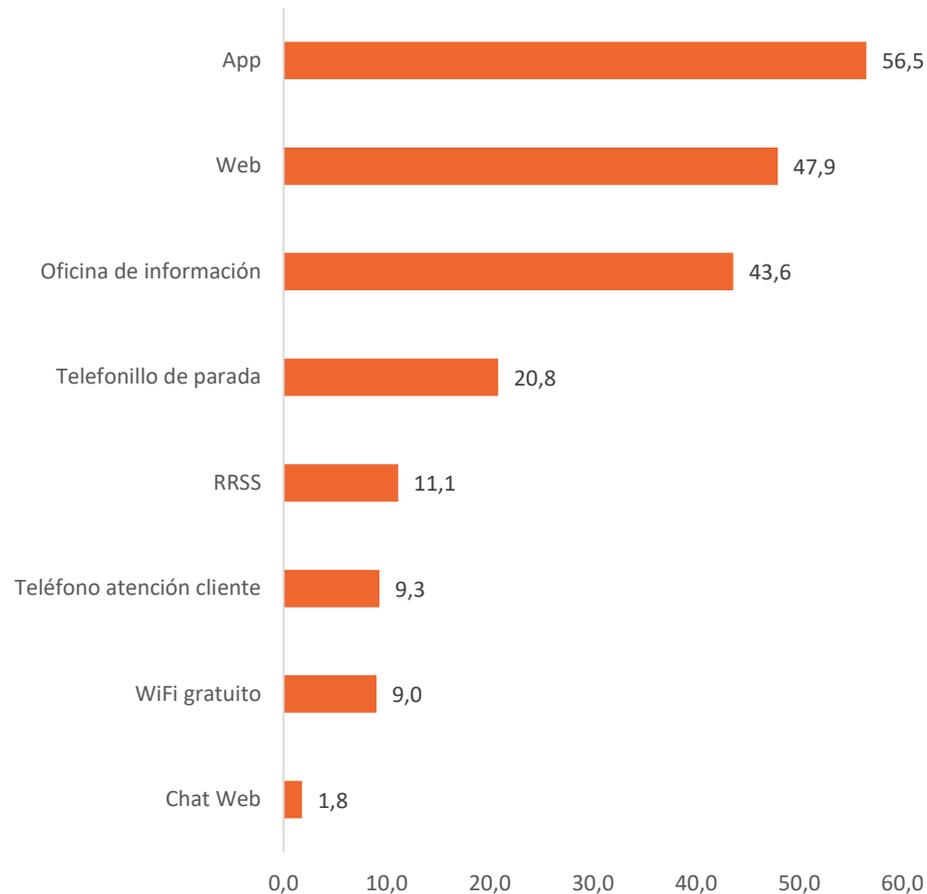
- Telefonillo de parada (51,3%).
- WiFi gratuito (28,4%).
- Teléfono de atención al cliente (27,9%).
- Redes sociales (23,2%).

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%):

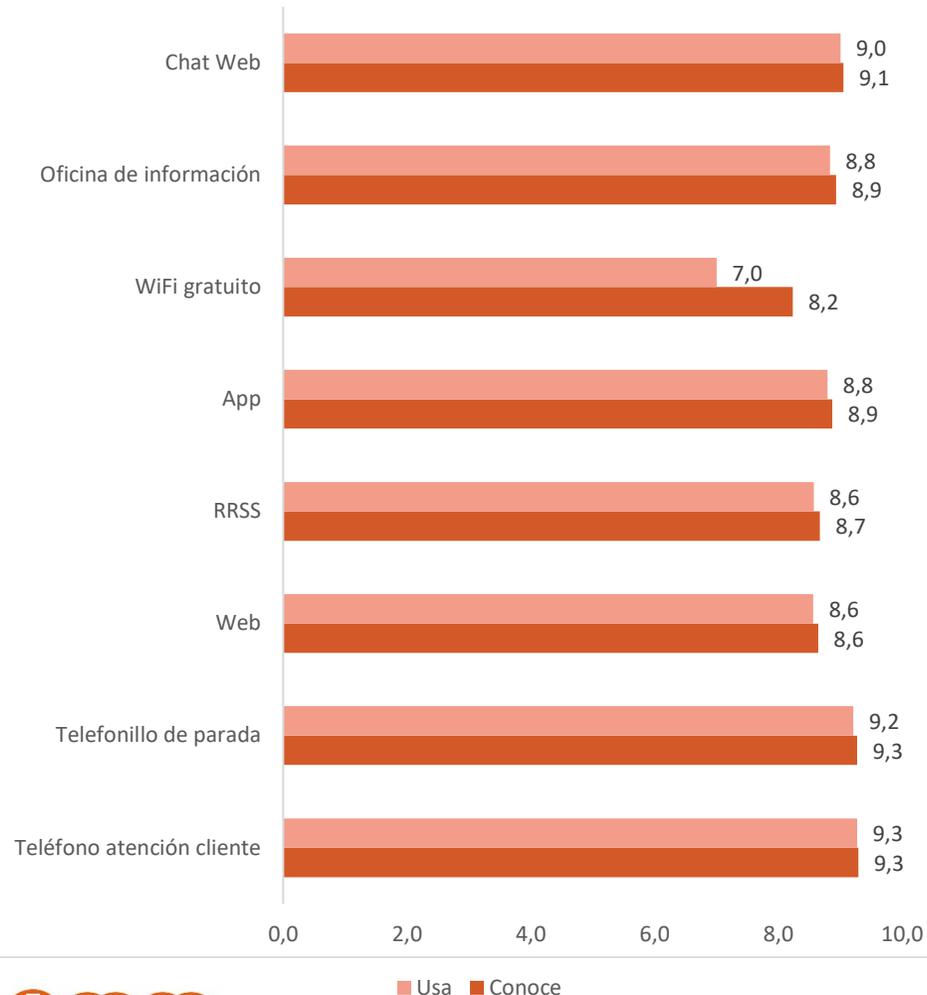
- Web Tranvía (47,9%).
- Oficina de información (43,6%).
- Telefonillo de parada (20,8%).

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).

3.7. Justificación de valoraciones negativas

Teléfono de atención al cliente. Se reclama presencia constante de personal para atención.

- ✓ *"Alguien constantemente en la oficina".*

Telefonillo de parada. Las puntuaciones bajas piden que mejore su funcionamiento de forma genérica.

- ✓ *"Que funcione mejor".*

Web Tranvía. Las visiones negativas hacen referencia a actualización del diseño y funcionamiento más intuitivo en la web.

- ✓ *"Actualizar diseños". "Hacer más intuitivo"*

Redes sociales. Se pide persona específico que se haga cargo de las RRSS y la página web.

- ✓ *"Persona específica para cubrir redes y web".*

Nueva APP Tranvía. Las opiniones negativas reclaman de forma genérica que se mejore la APP y que se actualice su diseño.

- ✓ *"Muy mejorable". "Actualizar el diseño".*

Wifi gratuito. Se reclama una mejora de la conexión wifi y que se faciliten avisos de su disponibilidad.

- ✓ *"Mejorar conexión". "Que salga un aviso de wifi público".*

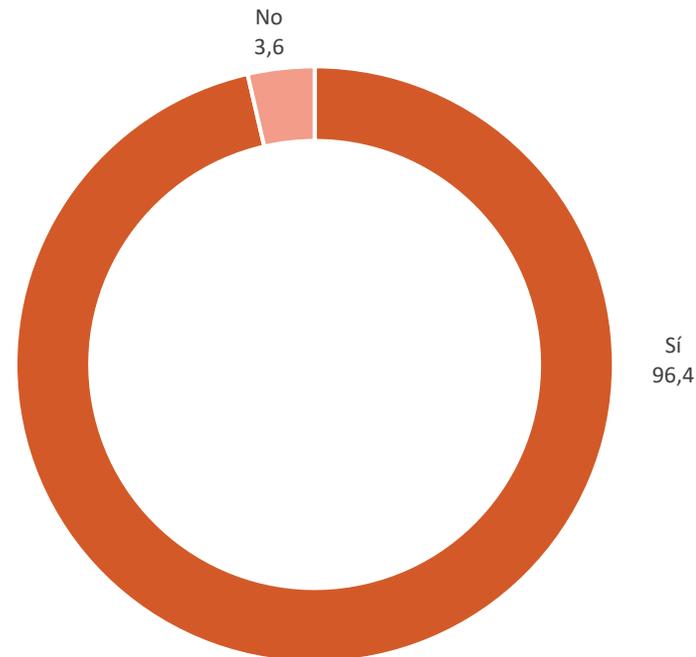
Oficina de información. Tan sólo se recogen referencias a que tenga una ubicación más cercana.

- ✓ *"Más cercana".*

Chat Web. No se recogen valoraciones a 5 sobre diez en la encuesta de 2024.

3.8. Percepciones sobre transporte público

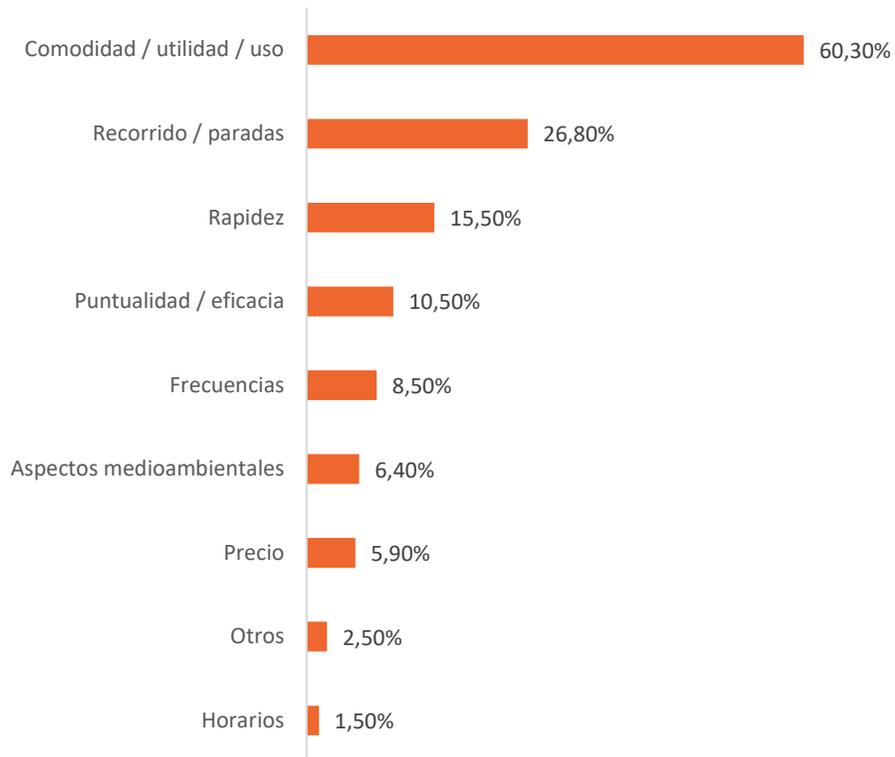
¿Considera que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia? (% encuestados)



La amplia mayoría de los entrevistados en 2024 (96,4%) afirma que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia.

3.8. Percepciones sobre transporte público

% respuestas: motivos por los que considera que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia (base: pregunta de respuesta múltiple)



Principales motivos por los que los encuestados consideran el tranvía como uno de los principales medios de transporte público de Murcia en 2024:

- Comodidad / utilidad / uso (60,3%).
- Recorrido o paradas (26,8%).

En el 5% y el 20%:

- Rapidez (15,5%).
- Puntualidad / eficacia (10,5%).
- Frecuencias (8,5%).
- Aspectos medioambientales (6,4%).
- Precios (5,9%).

Por debajo del 5%:

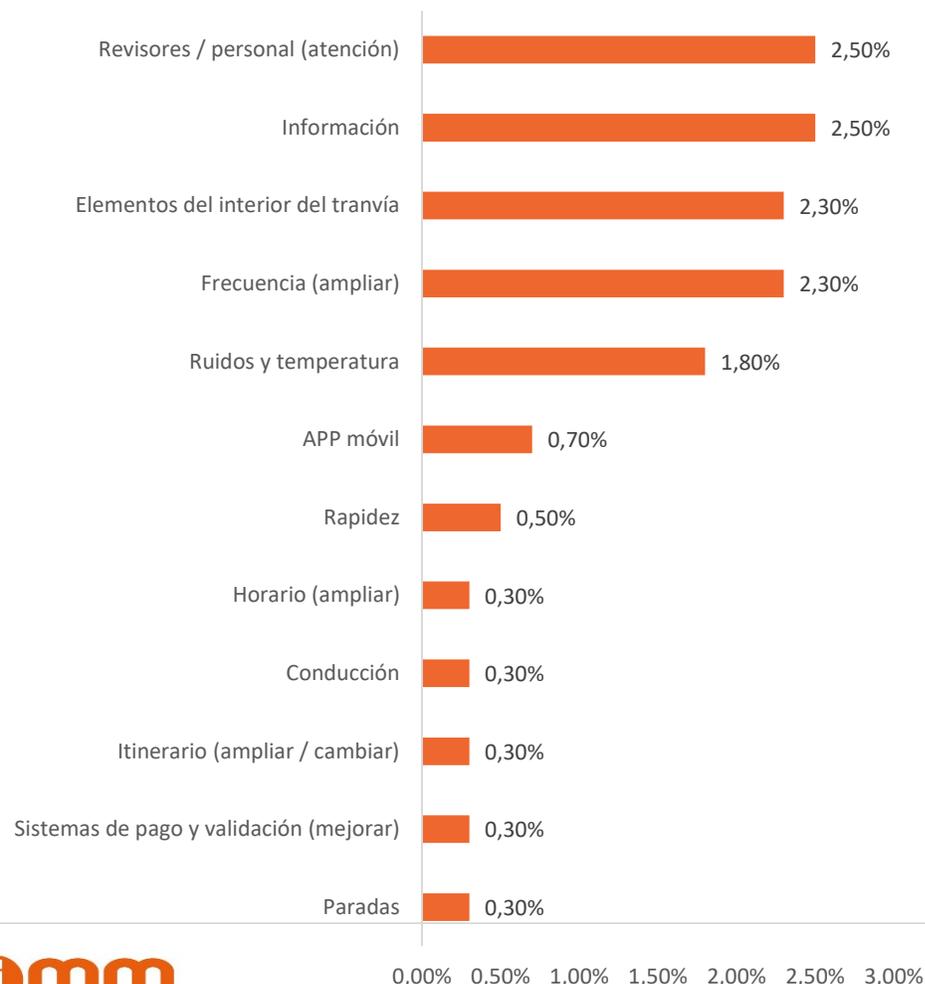
- Otros (2,5%).
- Horarios (1,5%).

PROPUESTAS

4. Agrupación de propuestas

Propuestas de los encuestados (% respuestas)

Base: pregunta de respuesta múltiple



PRINCIPALES PROPUESTAS:

- Revisores / personal / atención e información (2,5%).
- Elementos del interior y frecuencias (2,3%).
- Ruidos y temperatura (1,8%)

Por debajo del 1%:

- App móvil.
- Rapidez.
- Horario.
- Conducción.
- Itinerario.
- Sistemas de pago y validación.
- Paradas.

VISIÓN DE CONJUNTO

5. Visión de conjunto

Valoración de atributos (escala 0-10)

Más valorados:

- Contribución medioambiental (9,4 sobre diez).
- Campañas de comunicación (9,2).
- Iluminación (9,1).

Menos valorado:

- Comodidad (8,2).

Distribución de atributos:

- 7 con media igual o superior a 9 sobre diez (13 en 2023).
- Todos con valoración superior a 8 sobre diez (igual que en 2023).

17 disminuyen valoración respecto a 2023:

- Tiempo de desplazamiento, comodidad de los sistemas de pago y validación, frecuencias, temperatura interior, limpieza, comodidad, iluminación, accesibilidad a paradas y al tranvía, sensación de seguridad interior y en paradas, información suficiente en el interior y en paradas, capacidad de resolución de problemas y contribución medioambiental.

2 incrementan valoración:

- Campañas de comunicación y conducción.

1 mantiene valoración:

- Puntualidad.

5. Visión de conjunto

Satisfacción de usuarios (% encuestados)

Mayor proporción de valoraciones de 9 o 10:

- Contribución medioambiental (86,1%).
- Campañas de comunicación (77%).
- Iluminación (75,2%).

Menor proporción de valoraciones de 9 o 10:

- Comodidad (45,1%).

En 2024, 18 de los atributos considerados obtienen más de un 50% de valoraciones superiores a 9 sobre diez (20 en 2023).

Mayor proporción de valoraciones menores de 5:

- Temperatura interior (2%)

Menor proporción de valoraciones menores de 5:

- Contribución medioambiental e iluminación (0%).

6 atributos con valoraciones negativas inferiores al 0,5% en el año 2023 (5 en 2023).

5. Visión de conjunto

Percepciones sobre ampliaciones:

- El Palmar (45,7%).
- Molina de Segura (30,9%).
- Alcantarilla (18,8%).

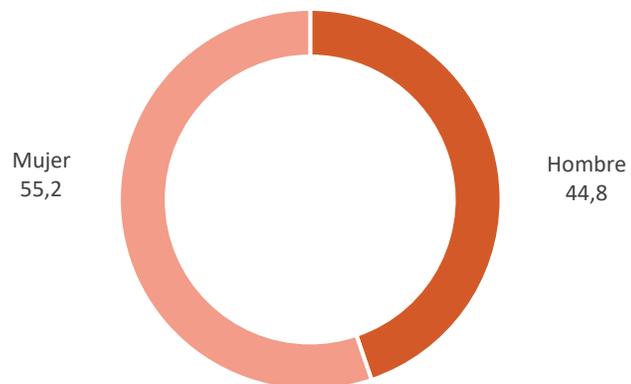
El 96,4% de encuestados en 2024 afirma que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia, principalmente por su comodidad, uso y recorrido o paradas.

La valoración global del servicio por parte de los usuarios es de 8,7 sobre diez (8,8 en 2023).

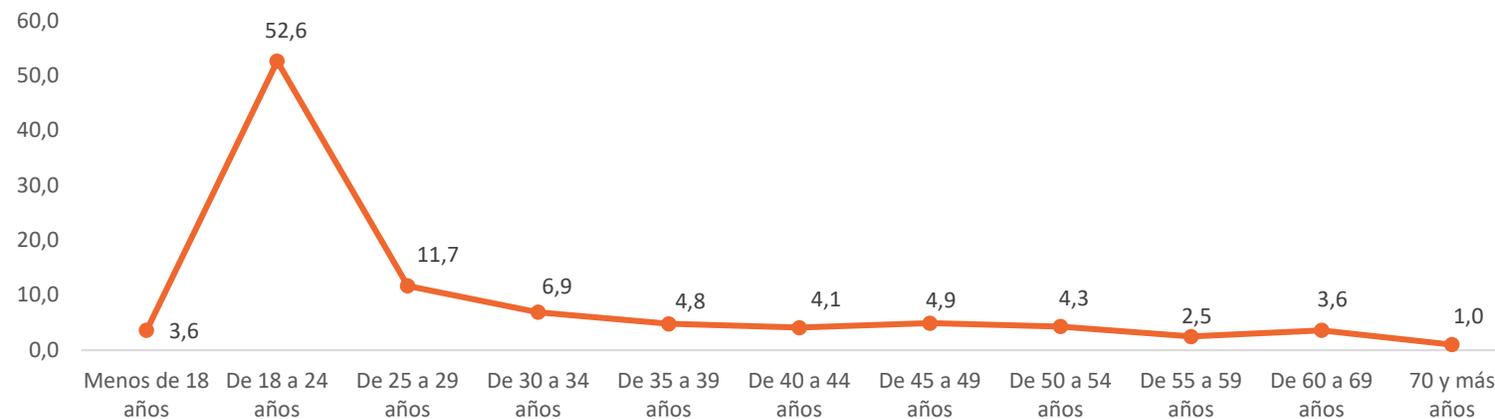
ANEXO: DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

Sexo / edad (% encuestados)

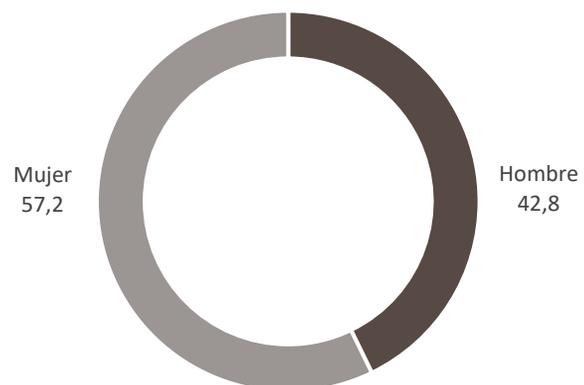
Sexo 2024



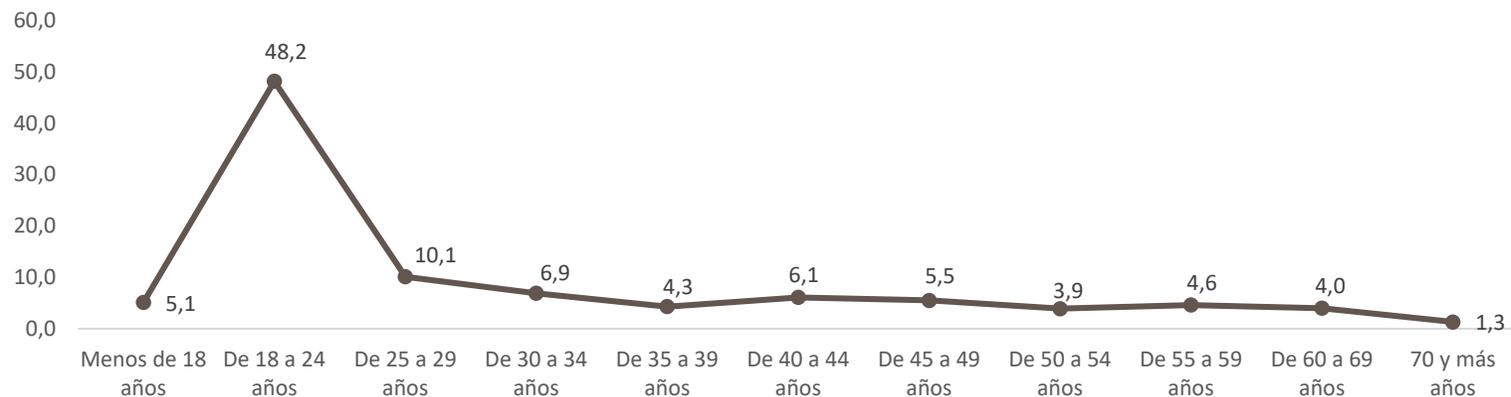
Edad 2024



Sexo 2023

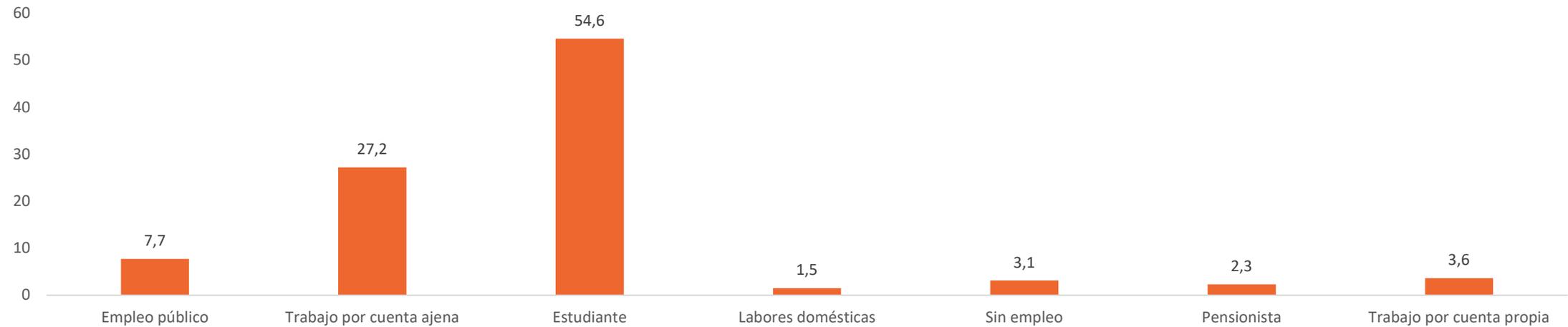


Edad 2023

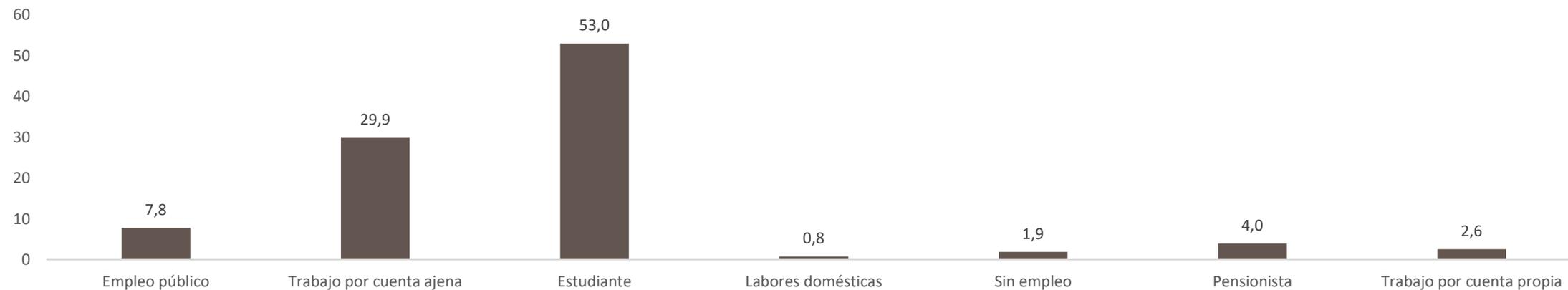


Ocupación (% encuestados)

Ocupación 2024

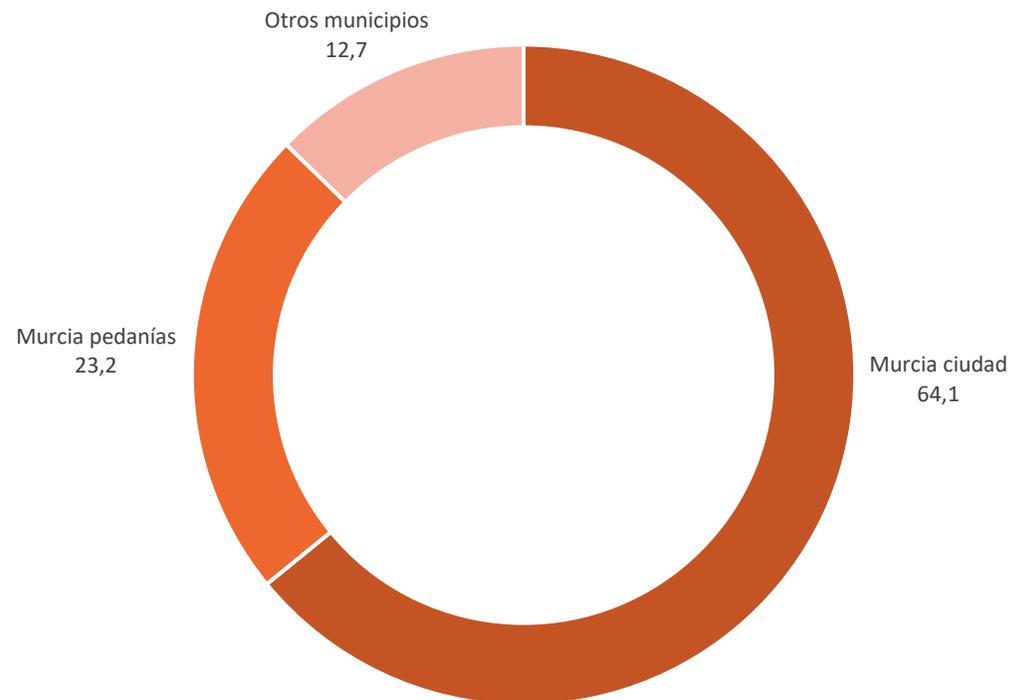


Ocupación 2023

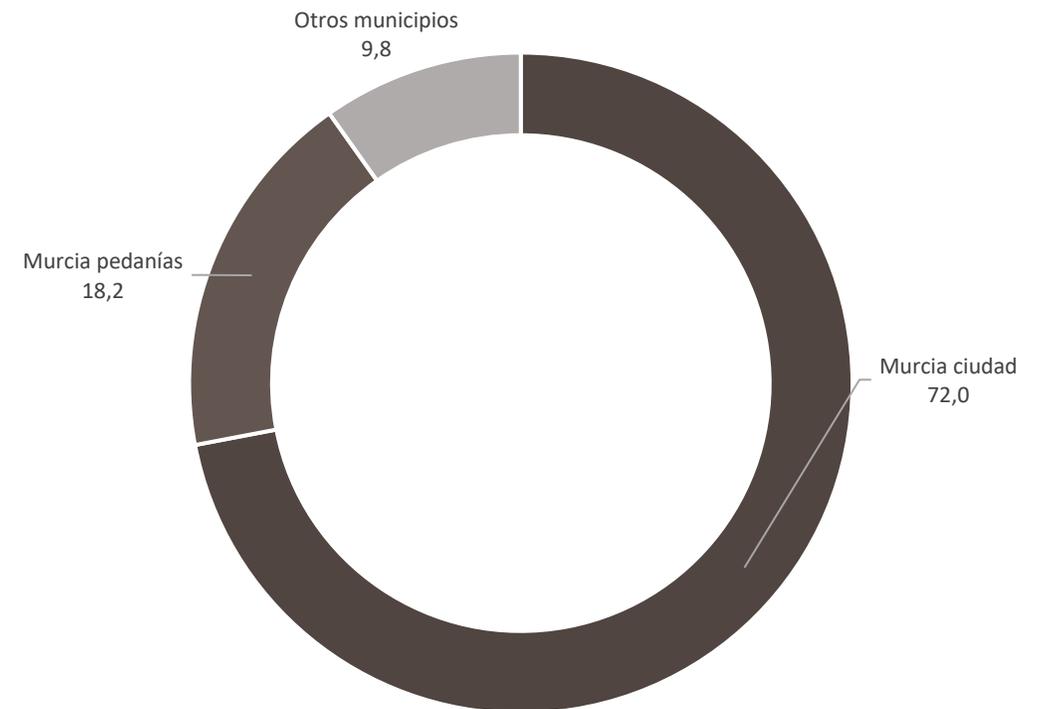


Procedencia (% encuestados)

Procedencia 2024

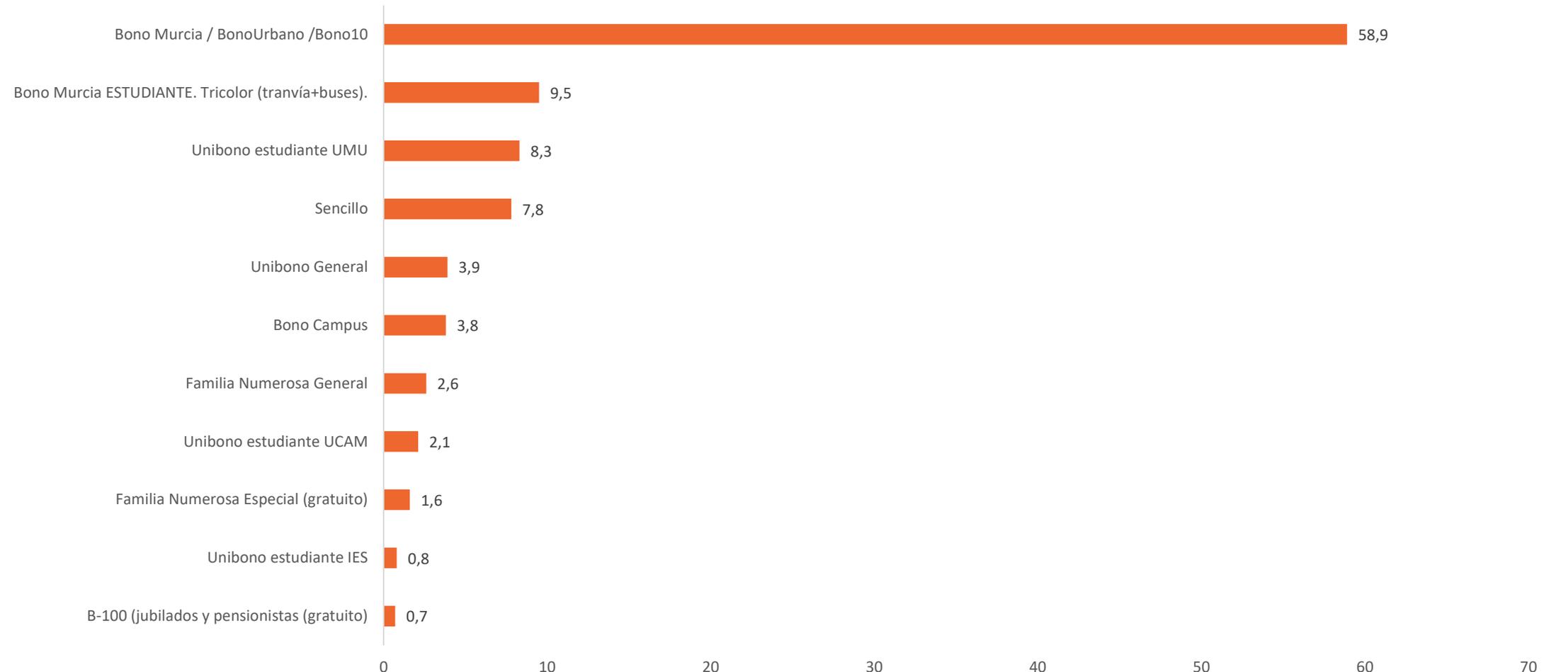


Procedencia 2023



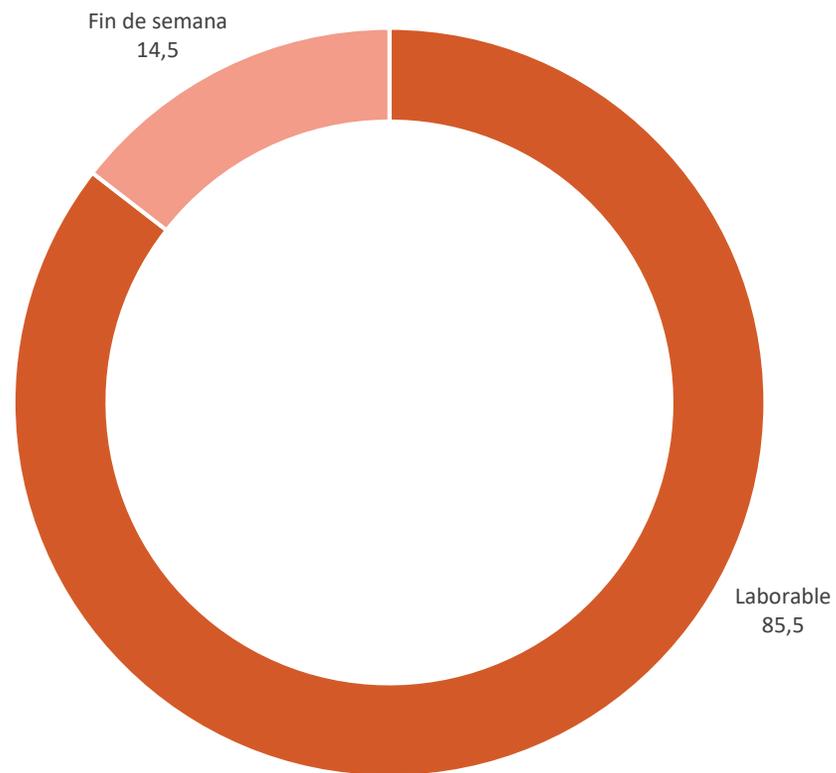
Título de transporte (% encuestados)

Título de transporte empleado 2024

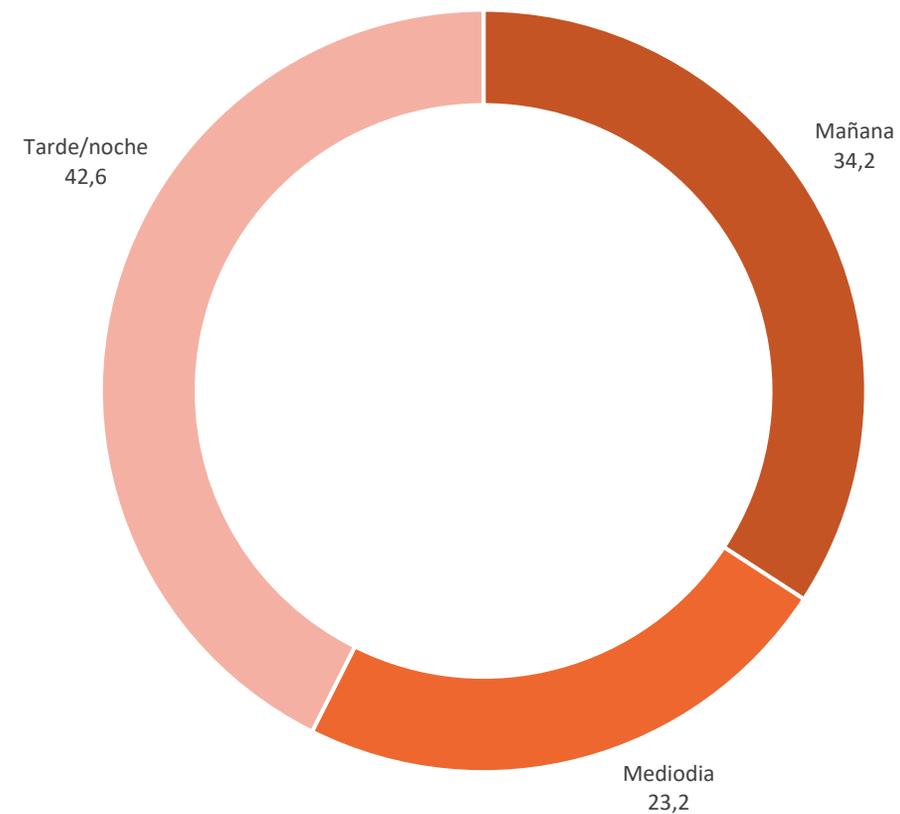


Tipo de día / tramo horario (% encuestados)

Tipo de día 2024

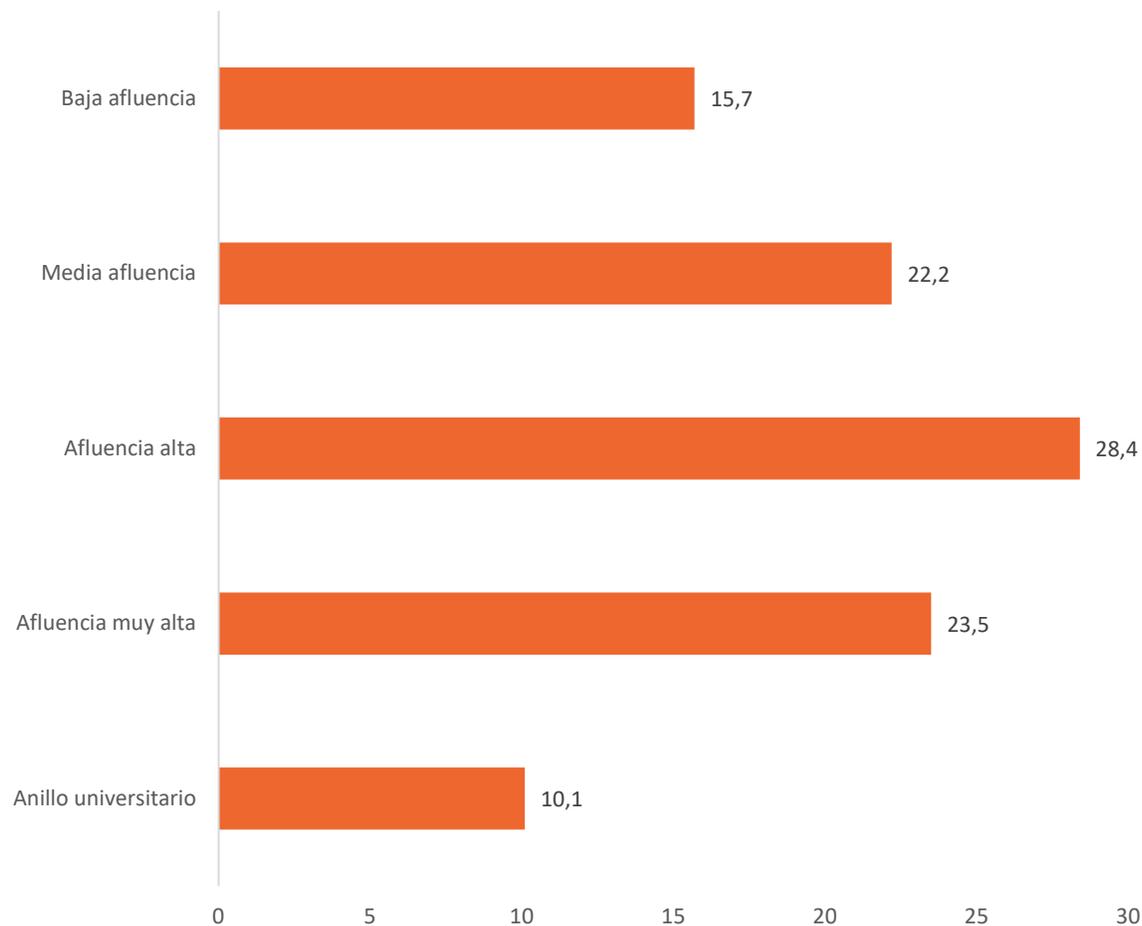


Tramo horario 2024



Tipo de parada por afluencia (% encuestados)

Tipo de parada por afluencia 2024



ANILLO UNIVERSITARIO	C1 Universidad de Murcia C2 Serv. Investigación C3 Centro Social C4 Biblioteca Univ. C5 Residencia Univ
AFLUENCIA MUY ALTA	Plaza Circular
AFLUENCIA ALTA (del 5% al 8%)	A2 Marina Española B7 Los Rectores A12 Nueva Condomina B2 Biblioteca Regional
MEDIA AFLUENCIA (del 3% al 4,9%)	B1 Juan Carlos I
	B3 Senda de Granada
	B5 El Puntal
	A5 Santiago y Zairaiche
	A4 Príncipe de Asturias
BAJA AFLUENCIA (menos del 3%)	A3 Abenarabi
	A6 Los Cubos
	A7 Alameda
	A8 Churra
	A9 Príncipe Felipe
	A10 Infantas
	A11 La Ladera
	B4 Parque Empresarial
	B6 Espinardo
	B8 Guadalupe
	B9 Reyes Católicos
B10 El Portón	
B11 UCAM	



Tranvía
de Murcia