



investigación  
de mercados  
murcia



# 2025

## ENCUESTA DE SATISFACCIÓN DE USUARIOS

Diciembre 2025

# Contenidos

01

## **Visión general**

- 1.1. Datos principales
- 1.2. Atributos según valoración
- 1.3. Comparativa 2021-2025
- 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

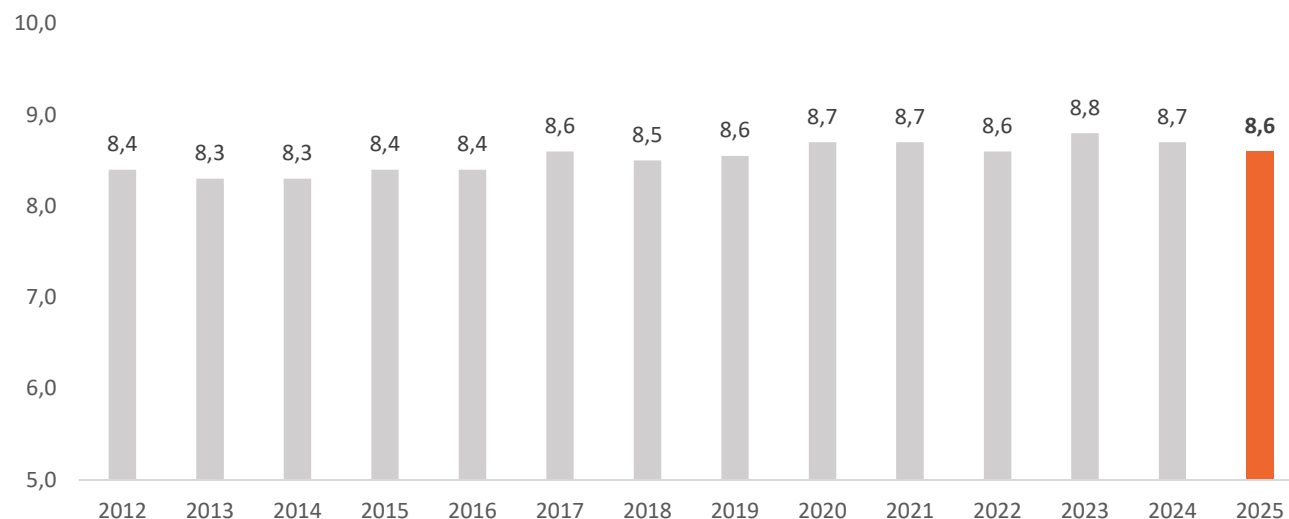


Población de estudio		Usuarios del Tranvía de Murcia	
Muestra		611 encuestas Muestra estratificada en función de datos reales de afluencia del tranvía según los conteos automáticos considerando día de la semana, tramo horario y tipo de parada según afluencia	
Margen de error		±3,96% (nivel de confianza del 95%)	
Metodología		Encuesta presencial en las paradas y el interior del tranvía	
Fechas de la encuesta		Del 17 de noviembre al 6 de diciembre de 2025	
Equipo		Investigación Mercados Murcia ( <a href="http://www.immurcia.com">www.immurcia.com</a> )	

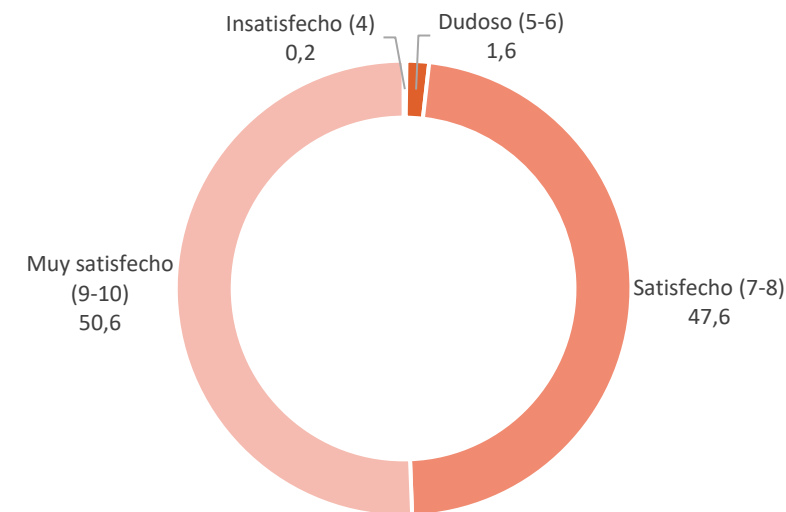
# VISIÓN GENERAL

# 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 **8,6** sobre diez en 2025.

- La media desciende levemente respecto al año anterior (-0,1) .
- Se recoge un solo caso de puntuación menor a 5 sobre diez.
- El 50,6% de los encuestados se declara muy satisfecho, otorgando una valoración de 9 o 10 del servicio.

## 1.2. Atributos según valoración

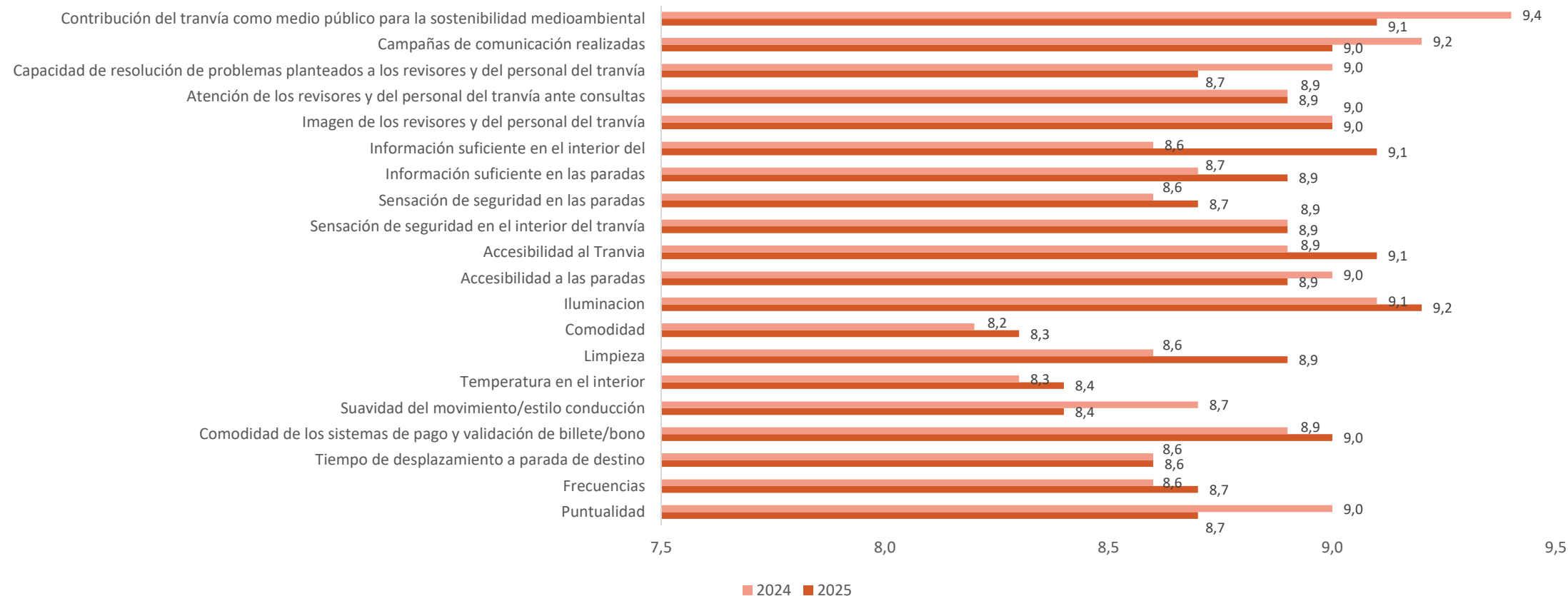
Valoración media de atributos 2025 (escala 0-10)



- Todos los atributos valorados en 2025 obtienen una media superior a 8 sobre diez.
- **Atributos más valorados:** iluminación (9,2 sobre diez), contribución medioambiental, información en el interior y accesibilidad al tranvía (9,1).
- **Atributo menos valorado:** comodidad (8,3).

# 1.3. Comparativa de la valoración de atributos 2024-2025

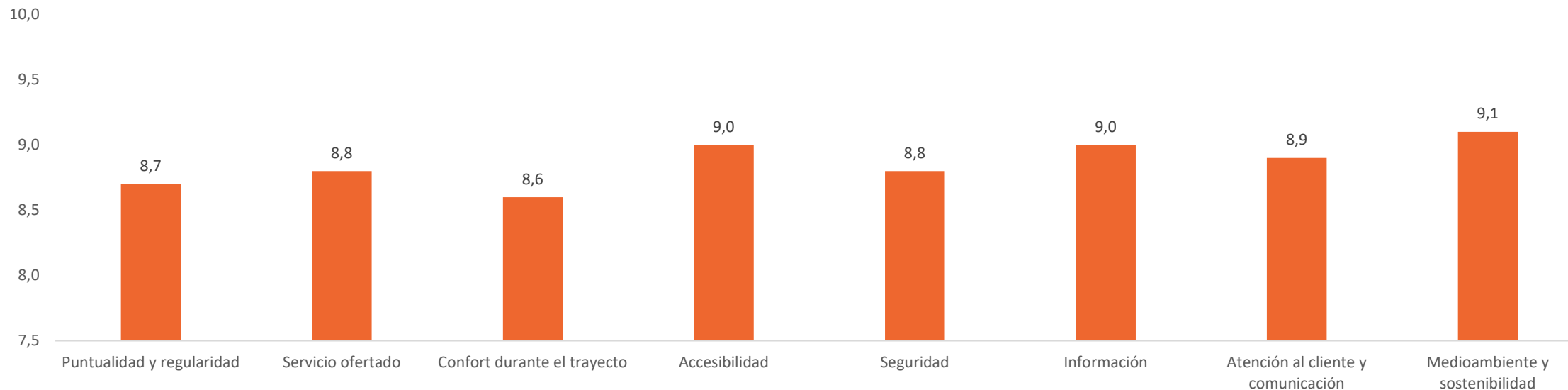
Comparativa de la valoración media de atributos 2024-2025 (escala 0-10)



- La media de los atributos asciende ligeramente en 10, se mantiene en 4 y desciende en 6 respecto a 2024.

## 1.4. Agrupaciones de atributos

Valoración media de las agrupaciones de atributos 2025 (escala 0-10)



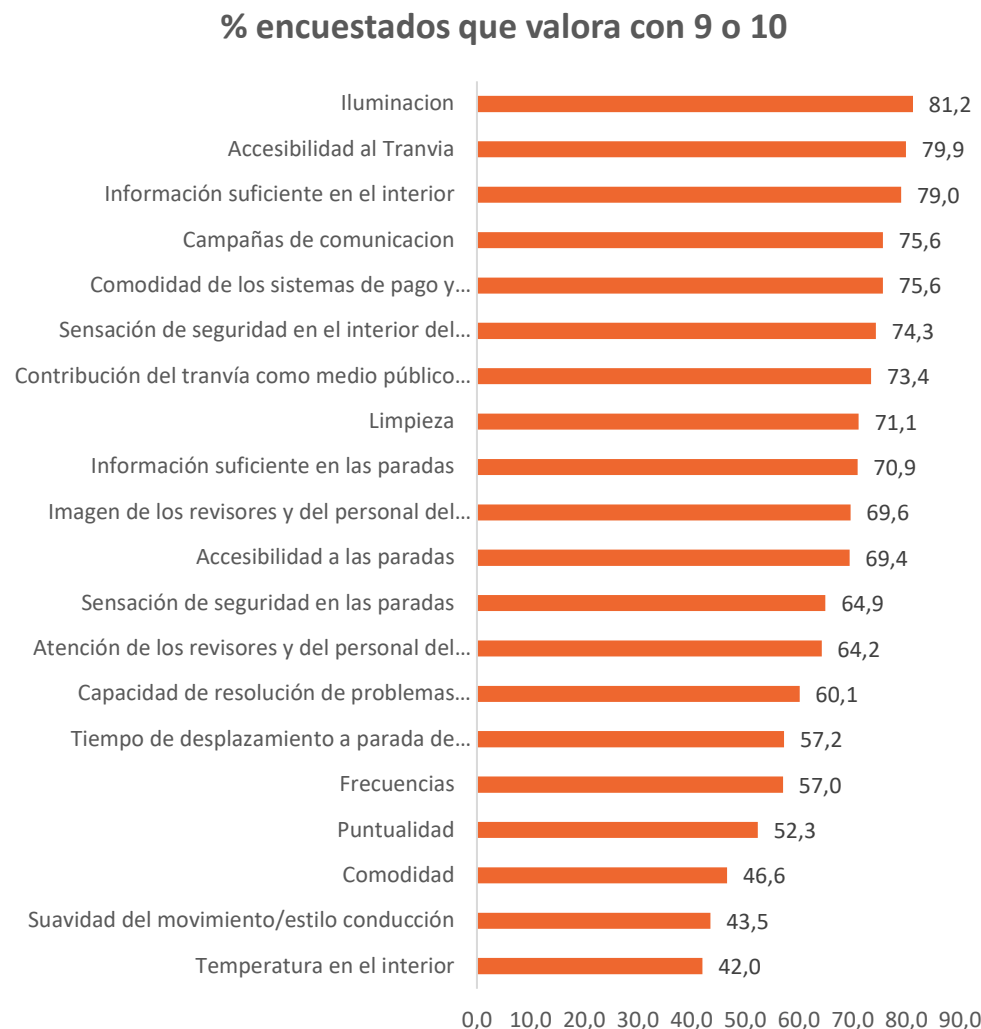
- **Agrupación más valorada:** medioambiente y sostenibilidad (9,1 sobre diez).
- A continuación se sitúan información y accesibilidad (9,0 ambas).
- Agrupaciones menos valoradas: puntualidad y regularidad (8,7) y confort durante el trayecto (8,6).



## 1.5. Proporción de usuarios muy satisfechos

17 de los veinte atributos valorados en 2025 se están por encima del 50%, mientras que 3 están por debajo.

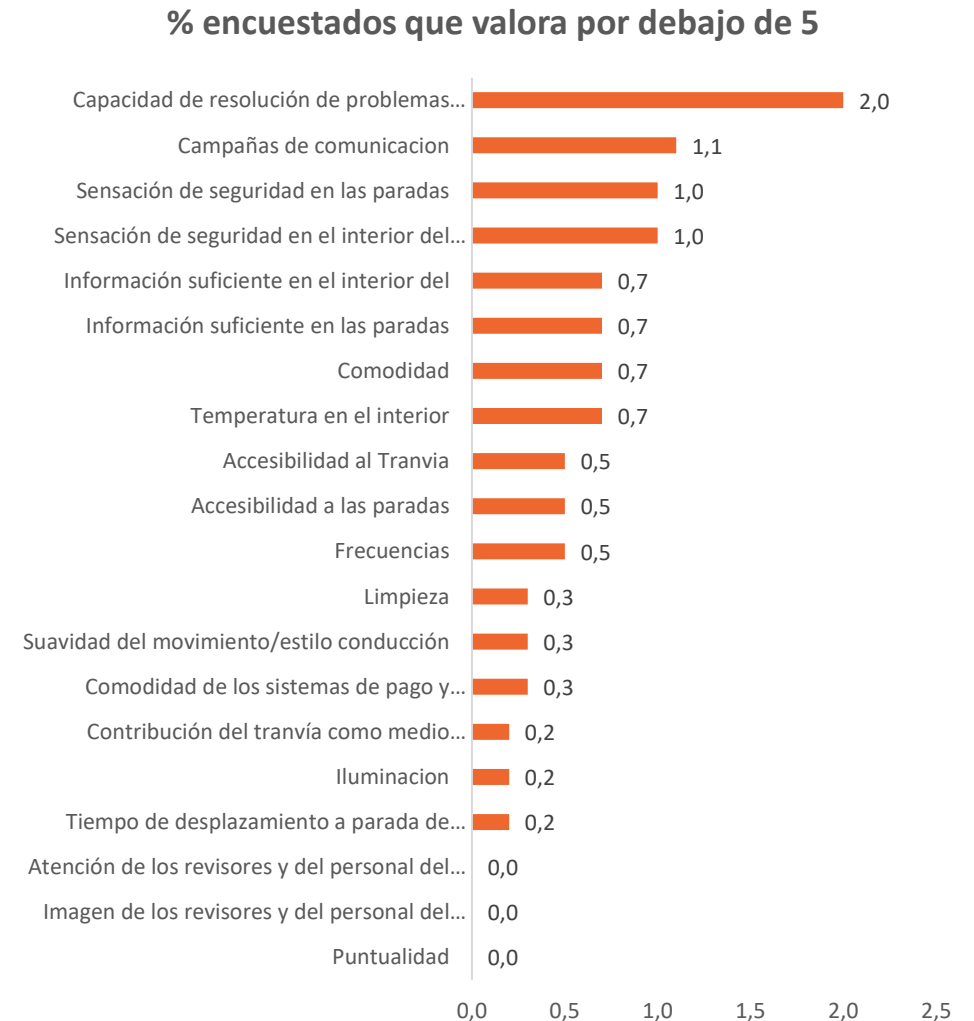
- Mayores porcentajes (superiores al 76%):
  - Iluminación (81,2%).
  - Accesibilidad al tranvía (79,9%).
  - Información en el interior (79%).
- Menor porcentaje (inferior al 50%):
  - Comodidad (46,6%).
  - Movimiento/conducción (43,5%).
  - Temperatura en el interior (42%).



## 1.6. Proporción de usuarios insatisfechos

En 2025 hay 17 atributos con valoraciones inferiores a 5 sobre diez.

- Mayor porcentaje (superiores al 1,5%):
  - Capacidad de resolución de problemas (2%).
- 3 atributos no reciben valoraciones negativas (0%):
  - Atención de revisores y personal.
  - Imagen de revisores y personal.
  - Puntualidad



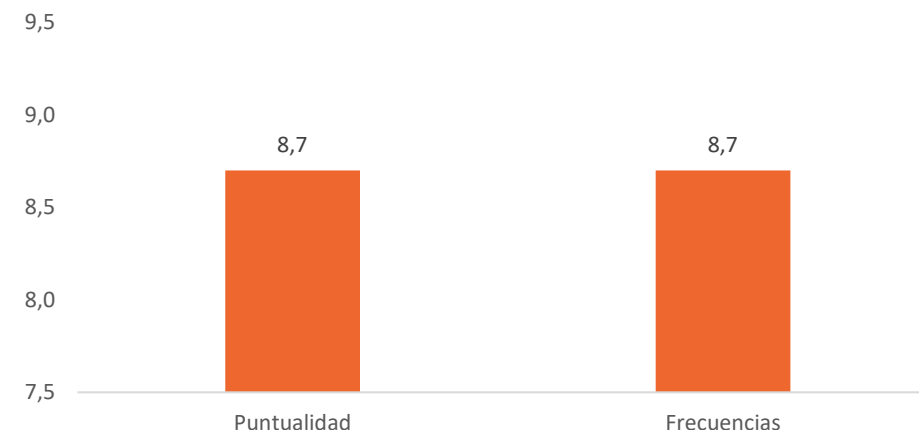
# GRUPOS DE ATRIBUTOS

## 2.1. Puntualidad y regularidad

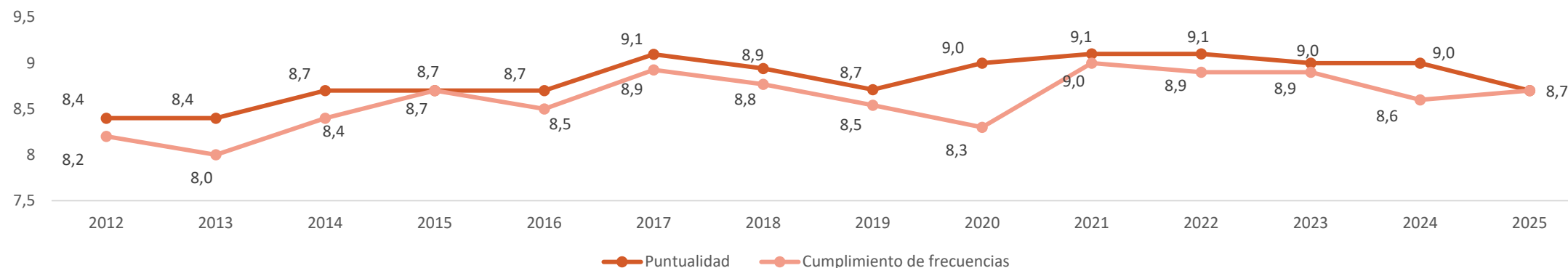
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Ambos atributos reciben la misma valoración media en 2025 (8,7 sobre diez).
- Puntualidad desciende respecto a 2024 (-0,3), mientras que frecuencias se incrementa levemente (+0,1).

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



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)



## 2.1. Puntualidad y regularidad

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

#### Puntualidad (0%).

No se recogen puntuaciones inferiores a 5 sobre diez respecto a la puntualidad del tranvía en 2025.

#### Cumplimiento de frecuencias (0,5%).

Las escasas valoraciones negativas no van más allá de indicar que son necesarias más frecuencias, en especial los fines de semana, noches y horas punta.

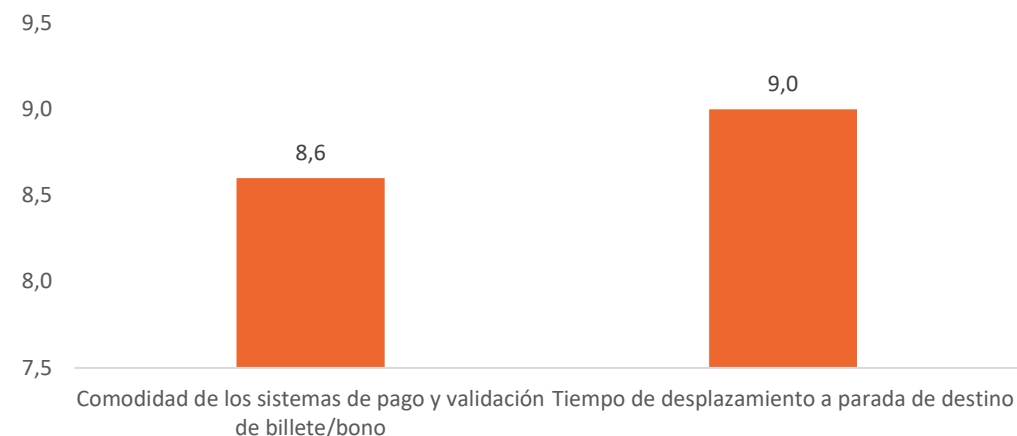
✓ *“Más en hora punta”. “Más en fines de semana”. “Horario nocturno más frecuencias”.*

## 2.2. Servicio ofertado

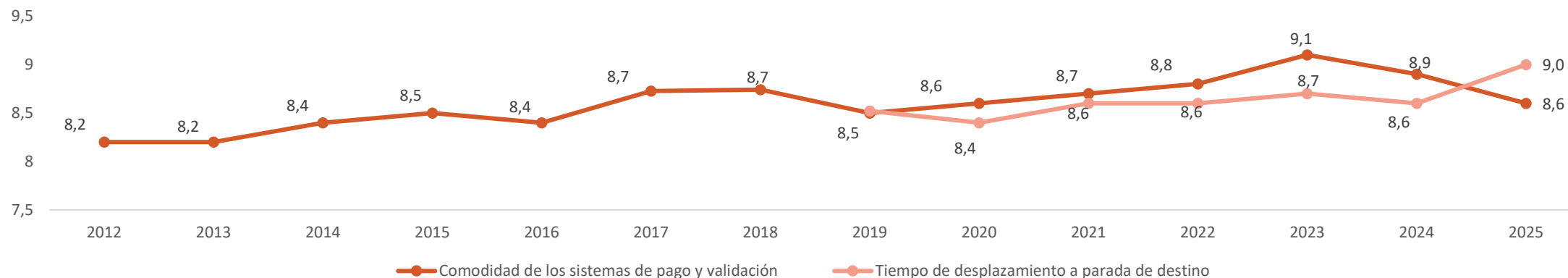
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: tiempo de desplazamiento a parada de destino (9,0). Como de sistemas de pago y validación obtiene 8,6.
- Respecto a 2024: tiempo de desplazamiento aumenta (+0,4), mientras que comodidad de los sistemas de pago y validación desciende ligeramente (-0,3).

Servicio ofertado - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)



## 2.2. Servicio ofertado

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

**Tiempo de desplazamiento a parada de destino (0,2%).**

Tan sólo se registra un caso que hace referencia en general a mejorar el tiempo de desplazamiento.

**Comodidad de los sistemas de pago y validación (0,3%).**

Las opiniones más negativas de los encuestados se refieren a percepciones sobre el funcionamiento de los sistemas de pago y expedición de billetes.

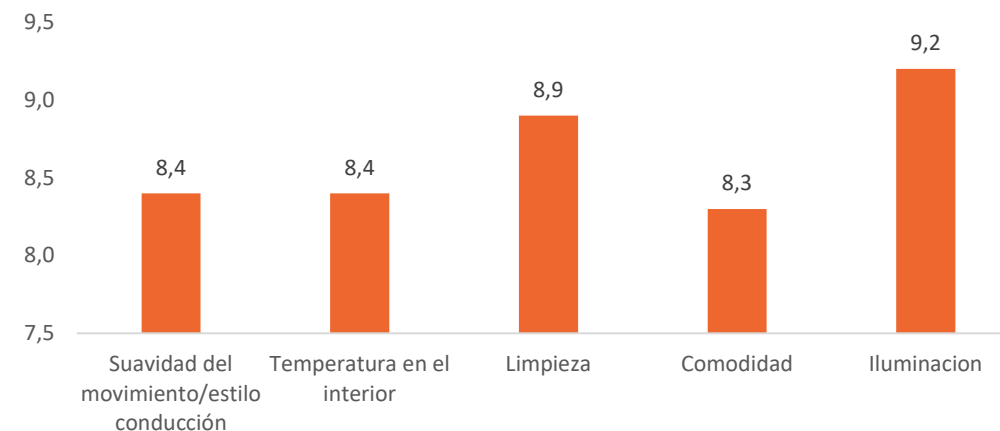
✓ *“Las máquinas de billetes fallan”. “Más máquinas para pagar, colas”. “Una App móvil donde se pueda pagar el bono”.*

## 2.3. Confort durante el trayecto

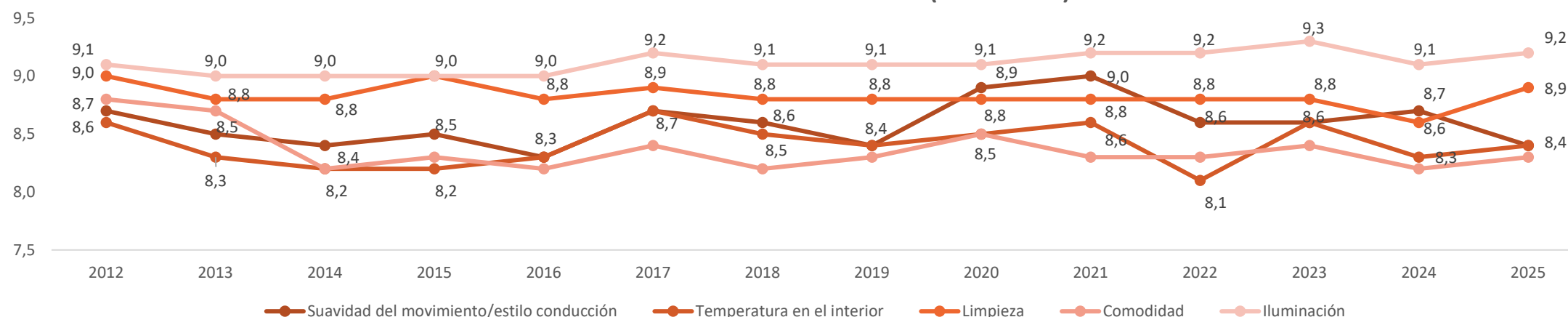
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- **Mayor valoración: iluminación (9,2 sobre diez).** A continuación se encuentran limpieza (8,9), temperatura interior y conducción (8,4 ambos) y comodidad (8,3).
- Respecto a 2024: limpieza se incrementa (+0,3). También lo hacen temperatura, comodidad e iluminación, pero con menor intensidad (+0,1). Estilo de conducción desciende ligeramente (-0,3).

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



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)





## 2.3. Confort durante el trayecto

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

**Suavidad del movimiento / estilo de conducción (0,3%).** Las percepciones negativas no van más allá de señalar que puede mejorarse.

**Temperatura en el interior (0,7%).** Las visiones negativas reclaman adecuar la temperatura durante los trayectos. *"En verano e invierno, calor"*.

**Limpieza (0,3%).** Tan sólo se recogen menciones generales relativas a mejora de la limpieza. *"A veces está un poco sucio"*. *"Limpieza después de fiestas"*.

**Comodidad (0,7%).** Las puntuaciones menores a cinco se justifican por reclamar más asientos o capacidad, en especial en horas punta. *"Más asientos"*. *"Mayor capacidad en horas punta"*.

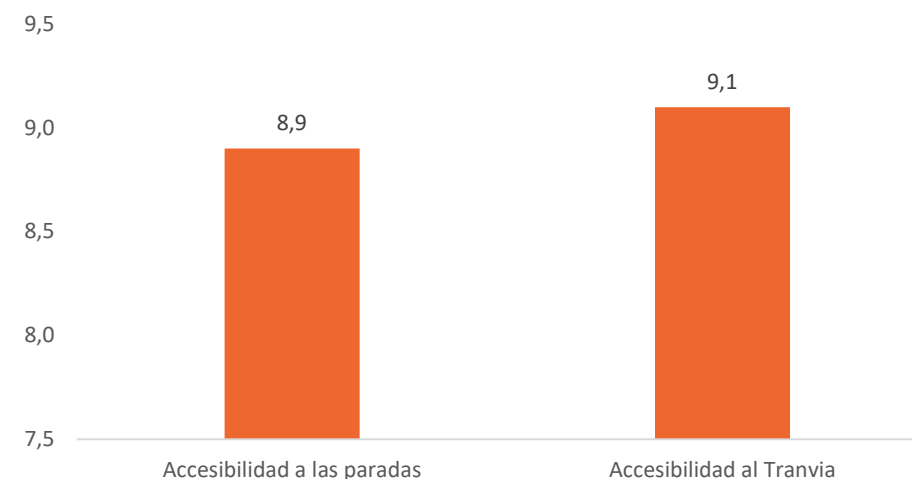
**Iluminación (0,2%).** Sólo aparece un caso que no concreta la valoración negativa.

## 2.4. Accesibilidad

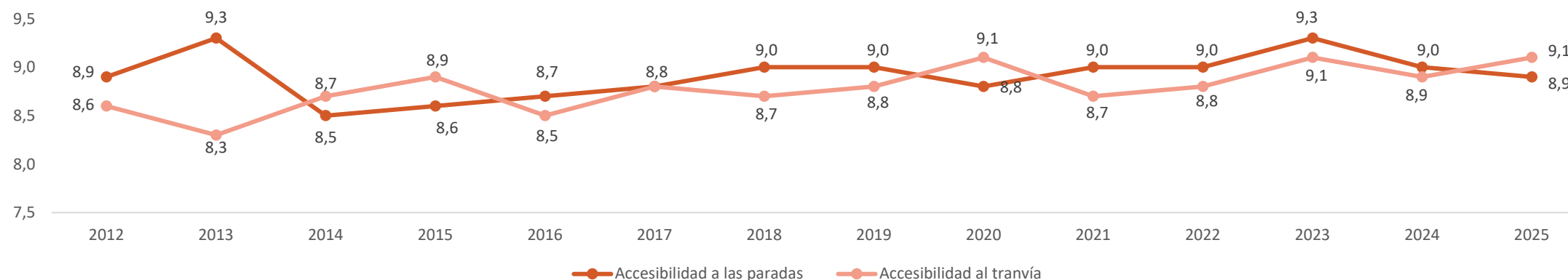
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- **Mayor valoración: accesibilidad al tranvía (9,1).** Accesibilidad a paradas recibe una media de 8,9.
- Respecto a 2024: accesibilidad al tranvía sube ligeramente en valoración (+0,2) y accesibilidad a paradas desciende levemente (-0,1).

Accesibilidad - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)



## 2.4. Accesibilidad

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

#### Accesibilidad a las paradas (0,5%).

Las valoraciones negativas se justifican por percepciones relativas a seguridad en el acceso a paradas con la inclusión de más barreras.

✓ *“Seguridad parada, barreras”.*

#### Accesibilidad al tranvía (0,5%).

Las valoraciones negativas también están relacionadas con percepciones sobre seguridad en el acceso al tranvía.

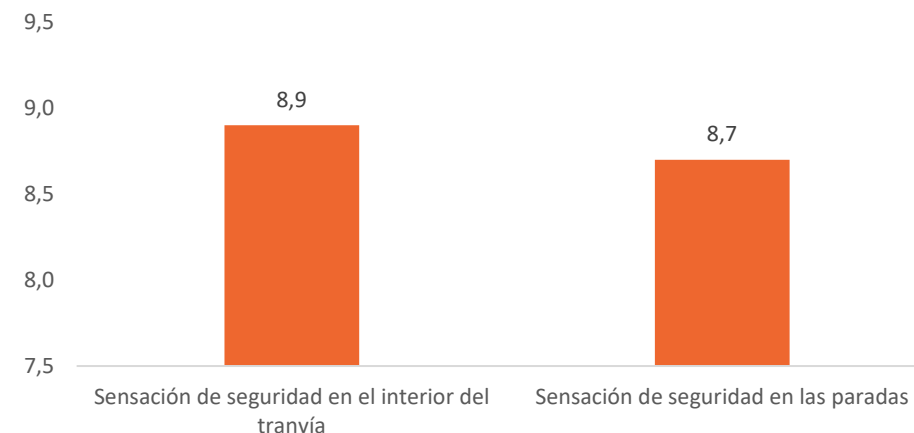
✓ *“Primera y última puerta la distancia es más ancha que resto de puertas y tuve susto con mi hija, muy mejorable”.*

## 2.5. Seguridad

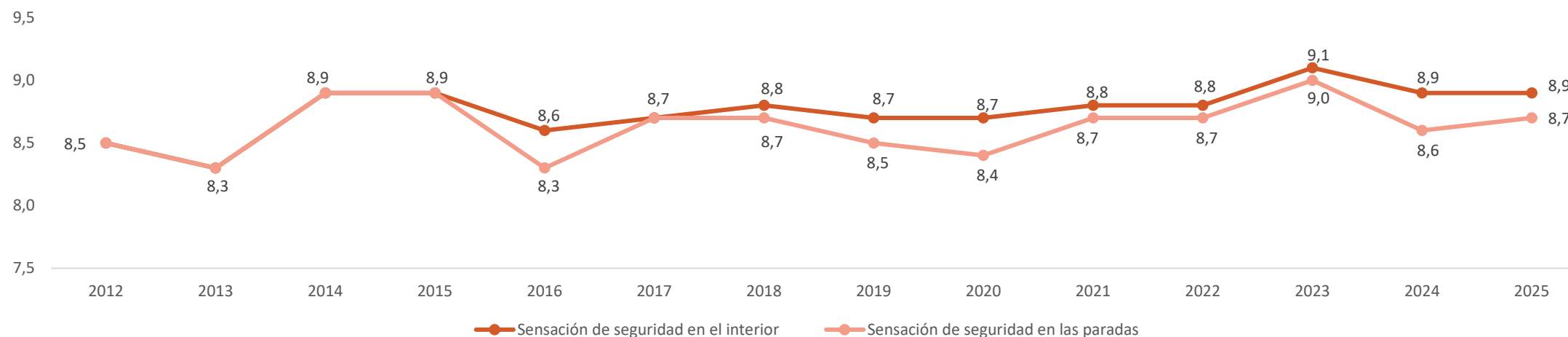
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: sensación de seguridad en el interior (8,9 sobre diez). Sensación de seguridad en paradas recibe un 8,7 de media.
- Respecto a 2024: paradas incrementa levemente (+0,1), mientras que la sensación de seguridad en el interior se mantiene.

Seguridad - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)



## 2.5. Seguridad

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

#### Sensación de seguridad en el interior (1%).

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

✓ *“Más personal, seguridad en horas punta”.*

#### Sensación de seguridad en las paradas (1%).

En lo referente a la seguridad en paradas, se recogen referencias generales a mayor vigilancia y personal e iluminación.

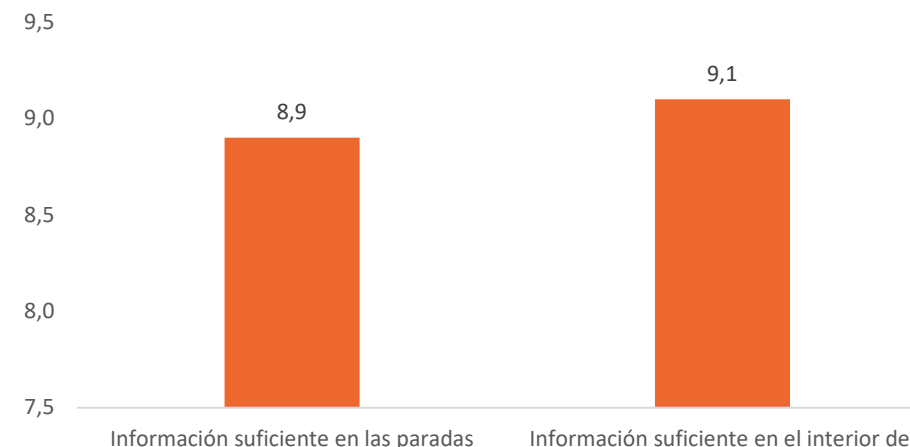
✓ *“Más seguridad cuando hay mucha gente. Me han robado más de una vez”. “Paradas algunas poco seguras, mal iluminadas”. “Poner mayor control o seguridad en el interior”.*

## 2.6. Información

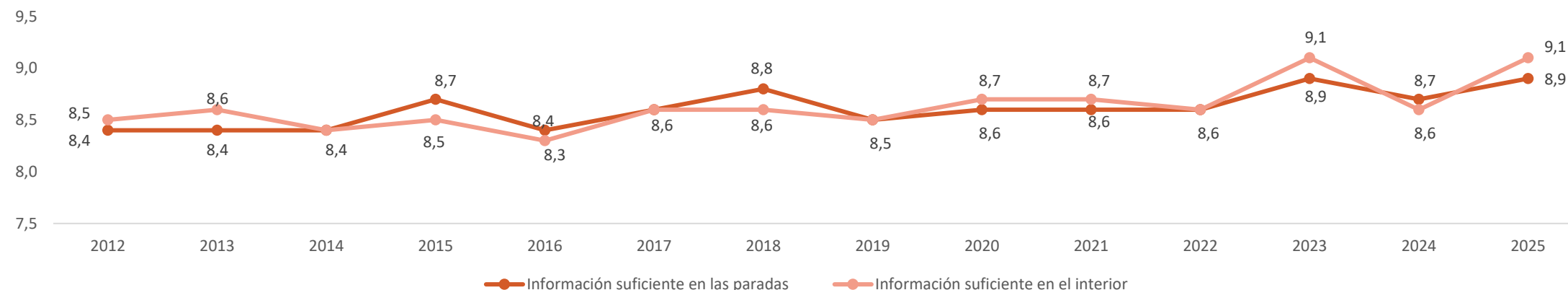
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: información en el interior (9,1). La información interior en paradas se sitúa en un 8,9 de media.
- Respecto a 2024: se incrementa en ambos atributos, pero en el caso del interior lo hace con mayor intensidad (+0,5) que en paradas (+0,2).

Información - Valoraciones medias (escala 0-10)



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)



## 2.6. Información

### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Información suficiente en paradas (0,7%).

Las valoraciones más bajas se justifican por percepciones generales sobre mejora de información en paradas y disposición de información en pantallas en otros idiomas.

✓ " Pantallas electrónica con más información en otros idiomas".

Información suficiente en el interior (0,7%).

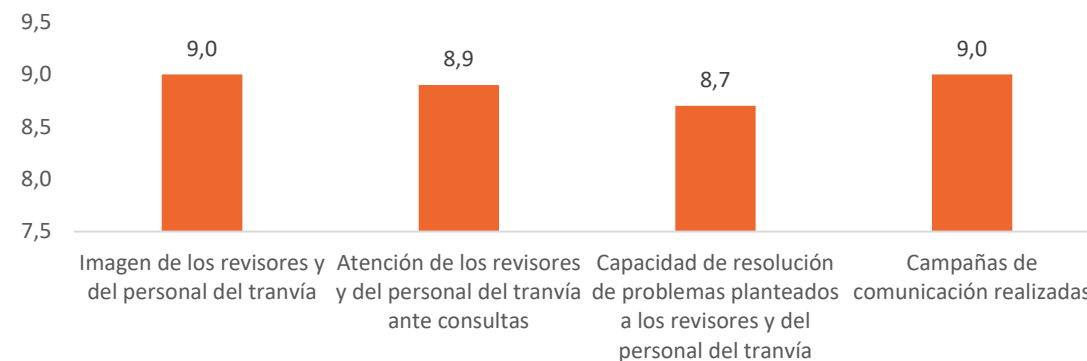
Las puntuaciones más bajas no van más allá de referencias genéricas a más información.

## 2.7. Atención al cliente y comunicación

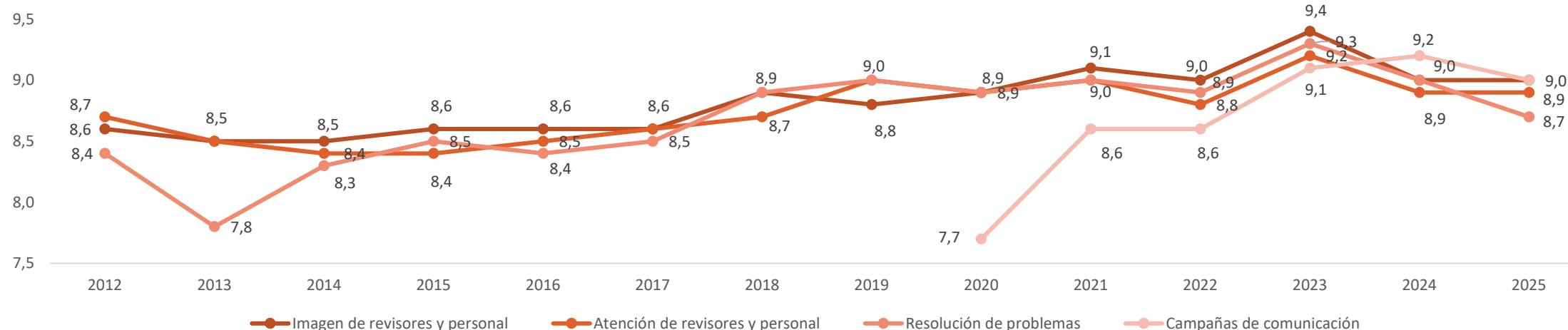
### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

- Mayor valoración: campañas de comunicación e imagen del personal (9,0 ambos). Les siguen atención (8,9) y capacidad de resolución de problemas (8,7).
- Respecto a 2024: imagen y atención del personal mantienen la valoración media. Resolución de problemas (-0,3) y campañas de comunicación (-0,2) descienden ligeramente.

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



Evolución de valoraciones 2012-2025 (escala 0-10)





## 2.7. Atención al cliente y comunicación



### JUSTIFICACIÓN DE VALORACIONES NEGATIVAS

Imagen de los revisores y del personal del tranvía (0%). No existen valoraciones negativas en 2025.

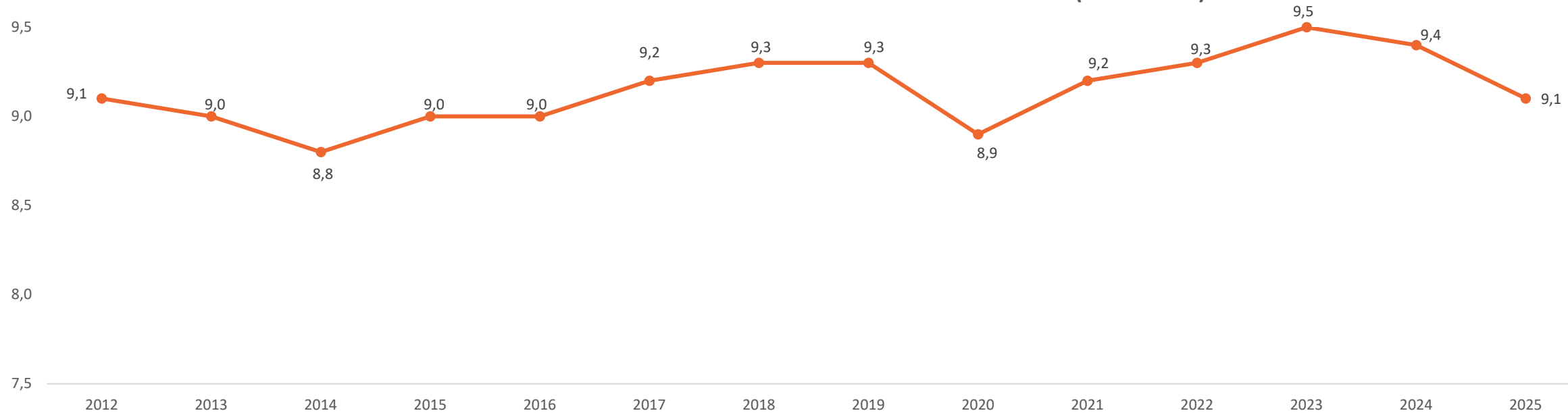
Atención de los revisores y del personal del tranvía (0%). No existen valoraciones negativas en 2025.

Capacidad de resolución de problemas planteados (0,8%). Las valoraciones negativas no van más allá de indicar que es mejorable.

Campañas de comunicación realizadas (1,1%). Se reclama generalmente una mejora de información.  
*"Más información, no me llega".*

## 2.8. Medioambiente y sostenibilidad

Sostenibilidad medioambiental 2012-2025 - Valoraciones medias (escala 0-10)



### PRINCIPALES OBSERVACIONES:

La valoración media desciende ligeramente respecto a 2024 (-0,3), situándose en 9,1. Tan solo se recoge una valoración negativa inferior a 5 sobre diez.

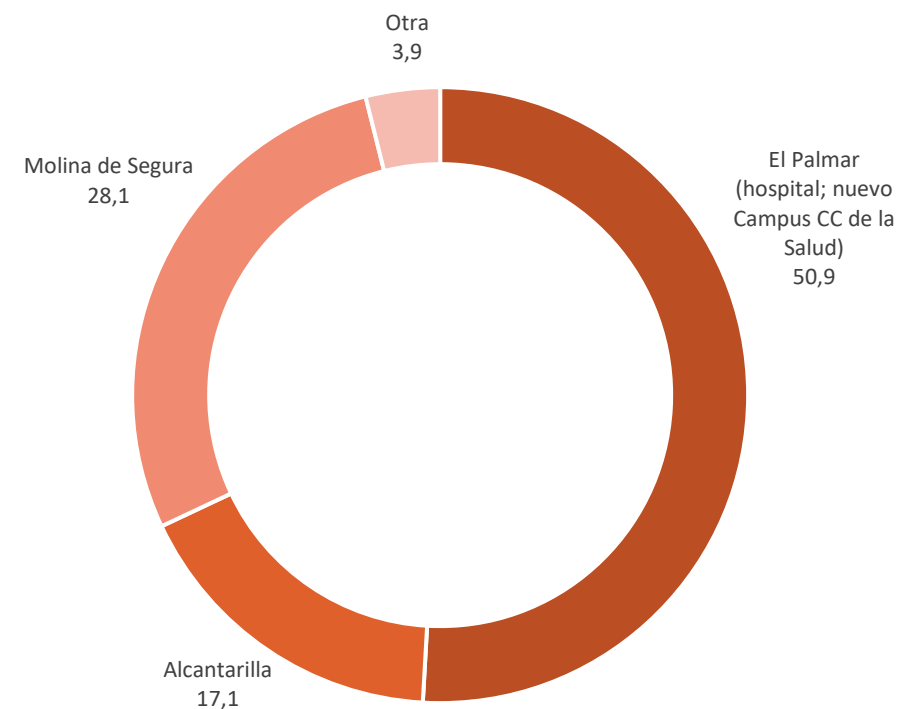
# ASPECTOS CONCRETOS

## 3.1. Percepciones sobre ampliaciones

El 50,9% de encuestados cree que la ampliación más urgente y necesaria sería hacia El Palmar.

- Le siguen Molina de Segura (28,1%), Alcantarilla (17,1%) y otras (3,9%).
- Otras: recorrido circular, hacer directo UCAM y otras pedanías.

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

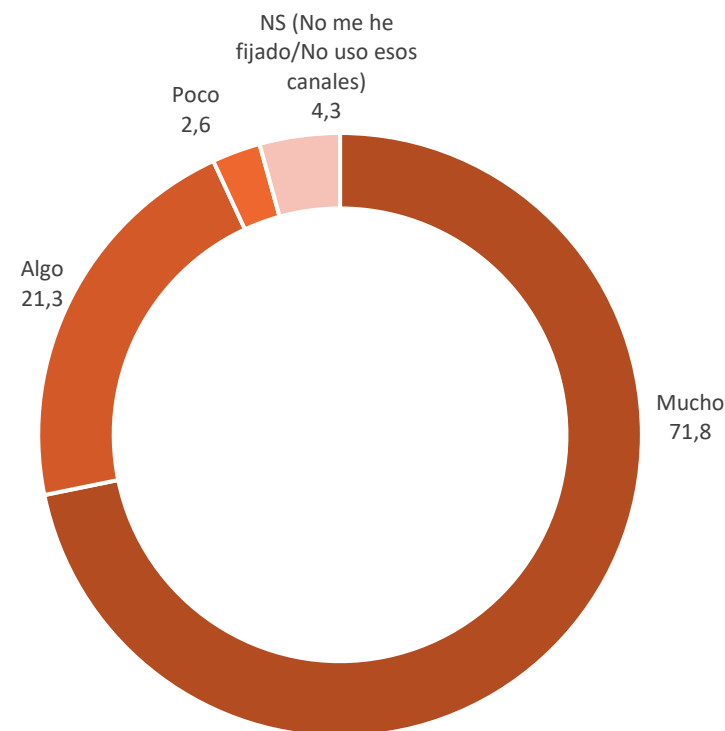


## 3.2. Percepciones sobre información y comunicación

El 93,1% de los encuestados en 2025 estima que la información y comunicación es muy clara y comprensible.

- El 71,8% opina que mucho y un 21,3% algo.
- Un 4,3% no se ha fijado o no usa esos canales.
- Un 2,6% cree que es poca clara.

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

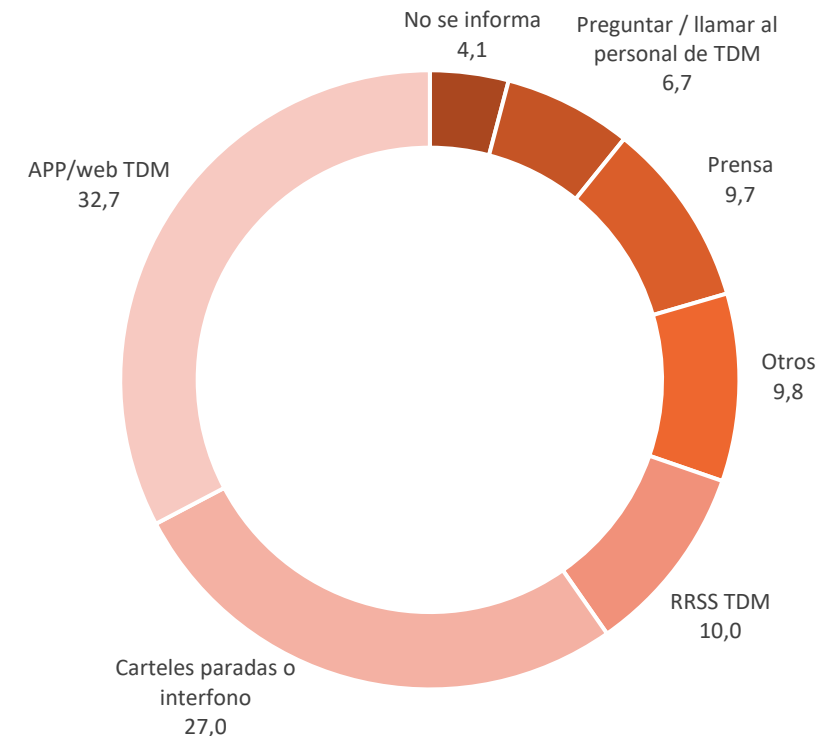


### 3.3. Percepciones sobre medios de información en días especiales

El 32,7% de encuestados afirma que usa la APP o la página web para informarse del servicio en días especiales.

- Un 27% utiliza la cartelería en paradas o interfono.
- Un 10% indica que usa las redes sociales de TDM.
- 9,8% utiliza otros medios (mayoritariamente conocidos, familiares y amigos, seguidos por otras RRSS e internet y Chat GPT).
- Un 9,7% se informa por la prensa.
- 6,7% pregunta o llama al personal.
- Un 4,1% no se informa o consulta la información.

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

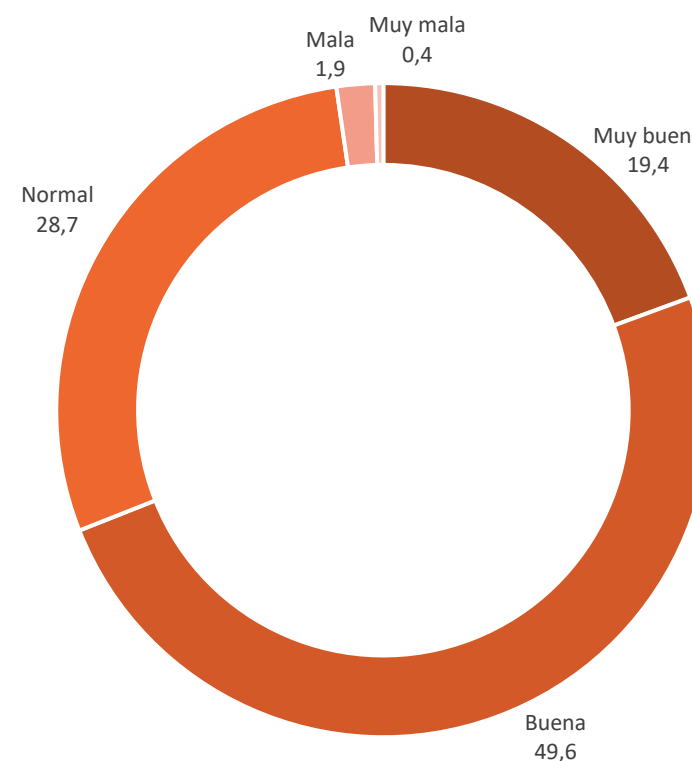


### 3.3. Percepciones sobre medios de información en días especiales

El 69% de encuestados considera que la información que consulta por condiciones especiales, avisos de emergencia o festivos es adecuada: el 49,6% la considera buena y un 19,4% muy buena.

- Para un 28,7% es normal.
- Un 1,9% estima que es mala y un 0,4% que es muy mala.

¿Cómo considera que es la información realizada?  
(% encuestados que consulta APP/web/RRSS TDM)

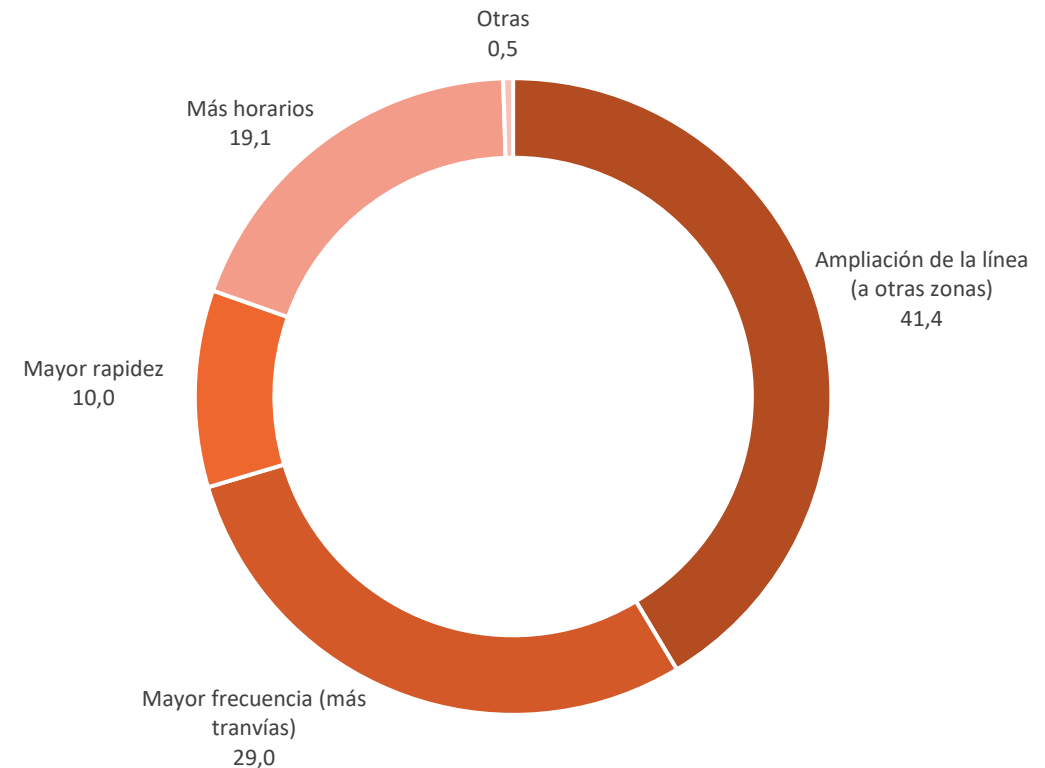


## 3.4. Percepciones sobre opciones para mejorar el servicio

El 41,4% de encuestados en 2025 opta por la ampliación de la línea a otras zonas como principal propuesta de mejora del servicio ofertado. Le siguen:

- Mayor frecuencia/tranvías (29%).
- Más horarios (19,1%).
- Mayor rapidez (10%).
- Otras (0,5%).

¿Qué opción haría mejorar más el servicio? (% encuestados)





## 3.5. Conocimiento de servicios

Servicios más conocidos (superiores al 60%):

- Telefonillo de parada (69,4%).
- Oficina de información (61,7%).

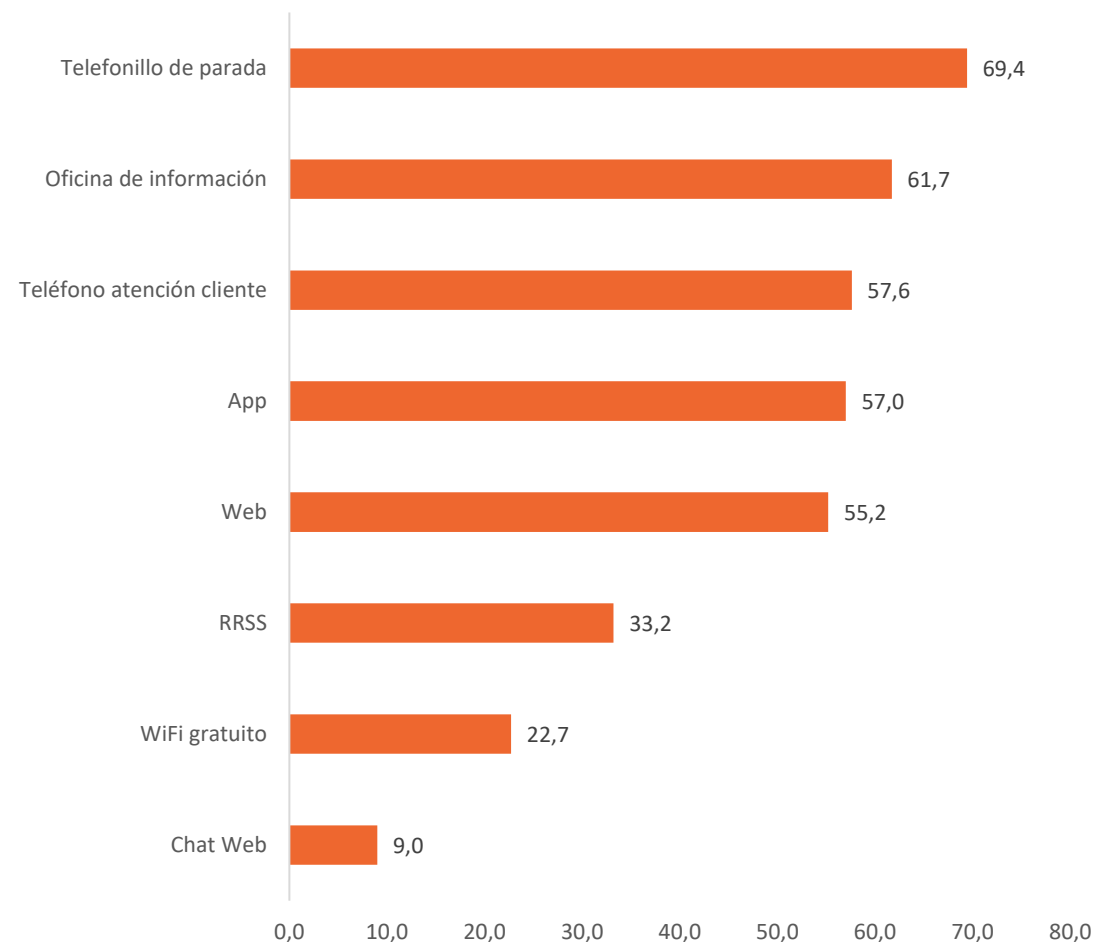
Otros servicios (entre el 30% y el 60%):

- Teléfono de atención al cliente (57,6%)
- APP (57%).
- Web (55,2%).
- Redes sociales (33,2%).

Resto de servicios (inferiores al 25%):

- WiFi gratuito (22,7%).
- Chat Web (9%).

% encuestados que conoce servicios



## 3.6. Uso de servicios

Servicio más utilizado (superior al 70%):

- APP (72,7%).

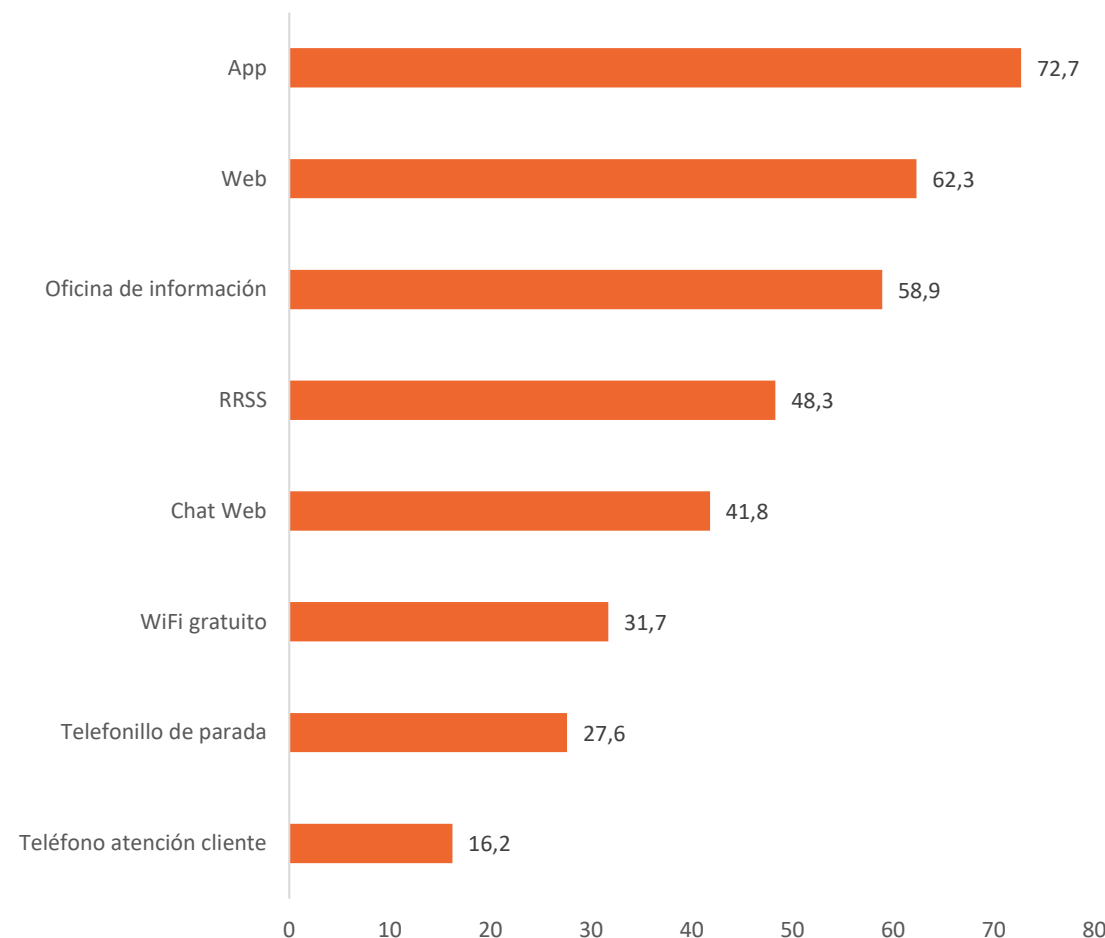
Otros servicios (entre 40% y 65%):

- Web (62,3%).
- Oficina de información (58,9%).
- Redes sociales (48,3%).
- Chat web (41,8%).

Por debajo del 35%:

- WiFi gratuito (31,7%).
- Telefonillo de parada (27,6%).
- Teléfono de atención al cliente (16,2%).

% encuestados que conoce y ha utilizado servicios

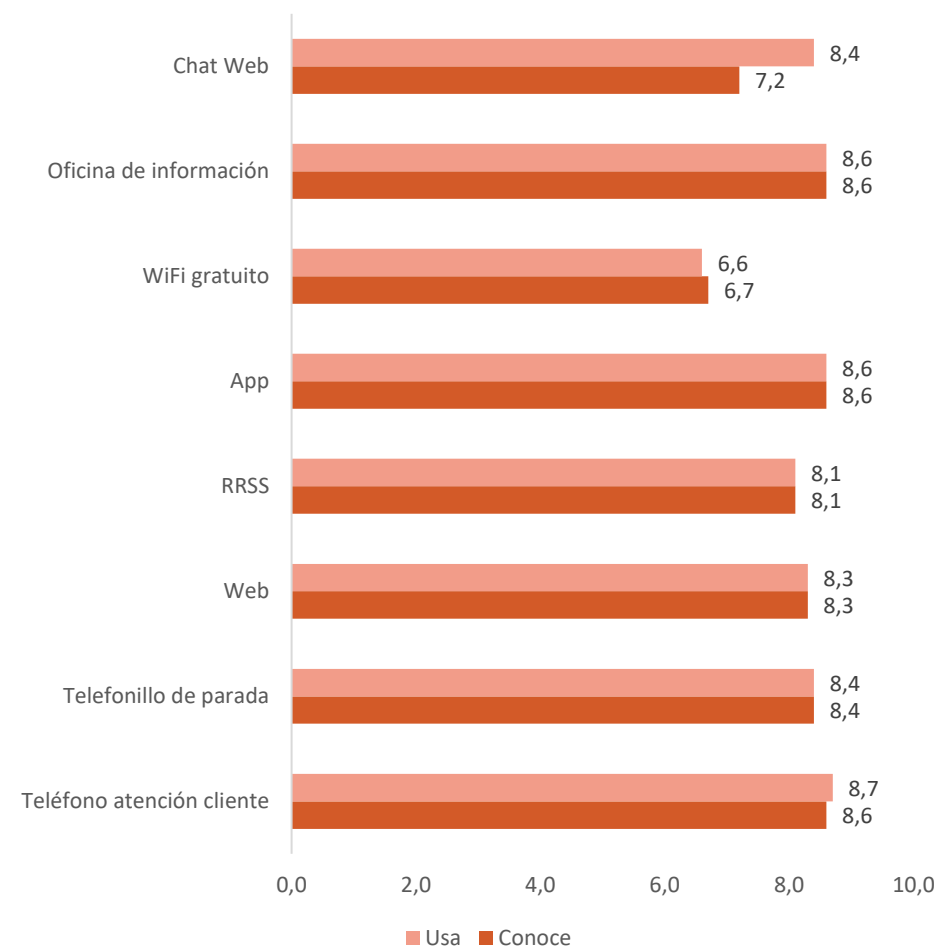


## 3.7. Valoración de servicios

Apenas se recogen 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 usan Chat web que entre quienes sólo lo conocen (+1,2).
- Ligeramente más valoración entre quienes conocen WiFi gratuito y quienes usan el teléfono de atención al cliente (+0,1 en ambos casos).
- Misma valoración entre quienes conocen y usan la oficina de información, APP, redes sociales, web y telefonillo de parada.

Valoración de servicios (escala 0-10)



## 3.7. Justificación de valoraciones negativas

**Teléfono de atención al cliente.** No se recogen valoraciones negativas en 2025.

**Telefonillo de parada.** Las puntuaciones bajas se justifican por la percepción de que no responden las consultas o no se solucionan.

- ✓ *"No sé cómo funcionan pero cuando he llamado no he podido solucionar nada". "Telefonillo: no responden".*

**Web Tranvía.** No se aprecian puntuaciones inferiores a cinco.

**Redes sociales.** Tan sólo se recoge una opinión negativa que no va más allá de recomendar su mejora.

**Nueva APP Tranvía.** Tan sólo se recoge una opinión negativa que no va más allá de recomendar su mejora.

**Wifi gratuito.** Las puntuaciones más bajas se justifican por percepciones negativas sobre su funcionamiento.

- ✓ *"Va lento". "No funciona".*

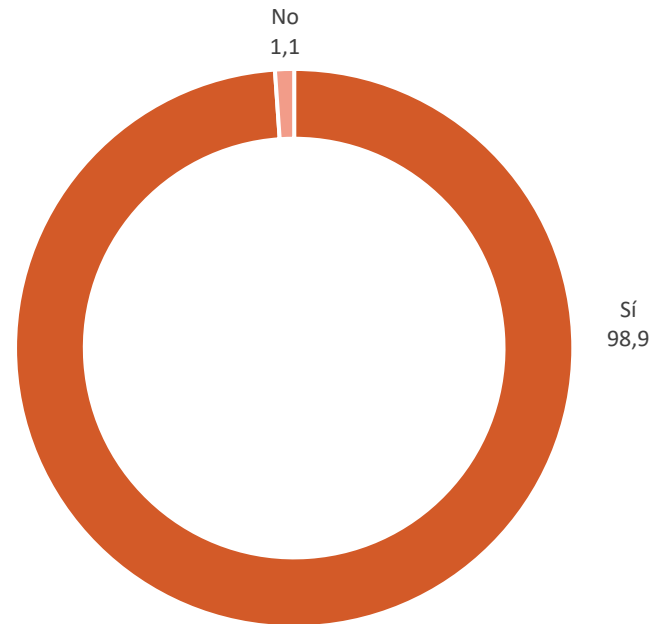
**Oficina de información.** Las valoraciones más bajas se refieren a percepción de retrasos en la atención.

- ✓ *"Tardan mucho; retraso en atender, se acumula gente".*

**Chat Web.** No se recogen puntuaciones negativas.

## 3.8. Percepciones sobre transporte público

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



La práctica totalidad de los encuestados en 2025 (98,9%) considera que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia.

# PROPUESTAS

## 4. Agrupación de propuestas

### PRINCIPALES PROPUESTAS:

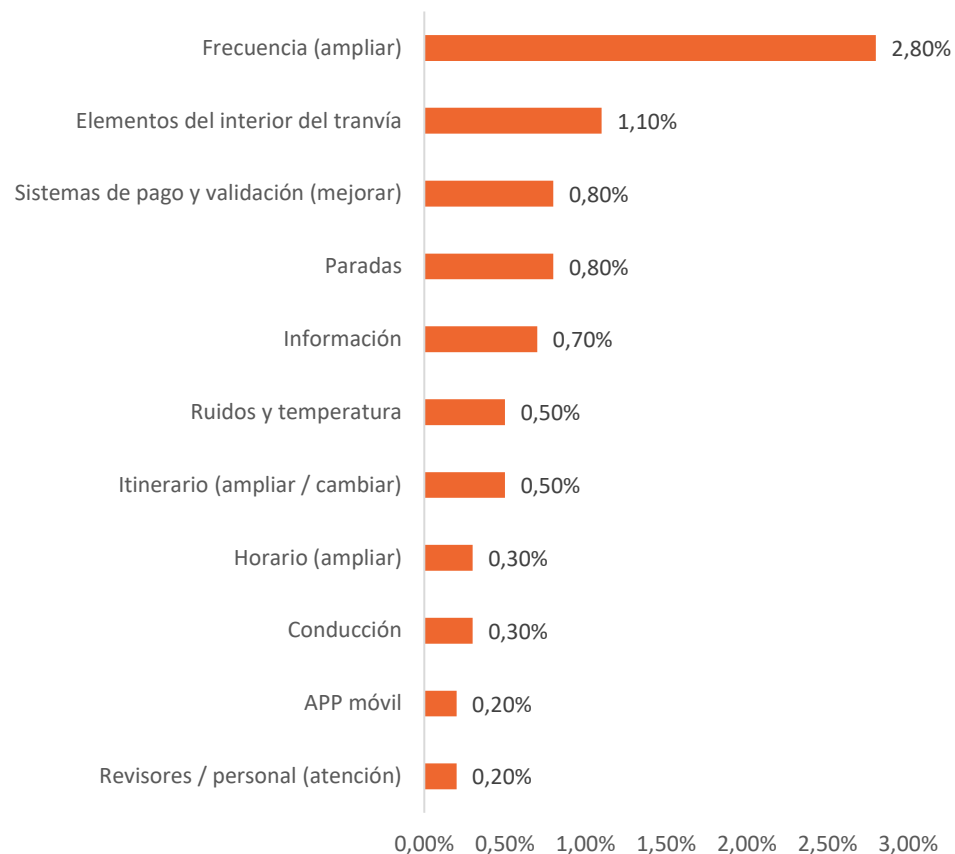
- Frecuencia (ampliar): 2,8%.
- Elementos del interior: 1,1%.

### Por debajo del 1%:

- Paradas.
- Información.
- Ruidos y temperatura.
- Itinerario.
- Horario.
- Conducción.
- App móvil.
- Revisores/personal.

### Propuestas de los encuestados (% respuestas)

Base: pregunta de respuesta múltiple



# VISIÓN DE CONJUNTO



# 5. Visión de conjunto

## Valoración de atributos (escala 0-10)

### Más valorados:

- Iluminación (9,2).
- Contribución medioambiental, información en el interior y accesibilidad al tranvía (9,1).

### Menos valorado:

- Comodidad (8,3).

### Distribución de atributos:

- 7 con media igual o superior a 9 sobre diez (7 en 2024).
- Todos con valoración superior a 8 sobre diez (igual que el año anterior).

### 6 disminuyen valoración respecto a 2024:

- Puntualidad, suavidad de movimiento, accesibilidad a paradas, capacidad de resolución de problemas, campañas de comunicación y contribución medioambiental.

### 10 incrementan valoración:

- Frecuencias, sistemas de pago, temperatura interior, limpieza, comodidad, iluminación, accesibilidad al tranvía, seguridad en paradas, información en paradas e información en el interior.

### 4 mantienen la valoración:

- Tiempo de desplazamiento a parada de destino, sensación de seguridad en el interior, imagen del personal y atención.

## 5. Visión de conjunto

### Satisfacción de usuarios (% encuestados)

#### Mayor proporción de valoraciones de 9 o 10:

- Iluminación (81,8%).
- Accesibilidad al tranvía e iluminación (79% ambos).

#### Menor proporción de valoraciones de 9 o 10:

- Temperatura en el interior (42%).

En 2025, 17 de los atributos considerados obtienen más de un 50% de valoraciones superiores a 9 sobre diez (18 en 2024).

#### Mayor proporción de valoraciones menores de 5:

- Capacidad de resolución de problemas (2%).

#### Menor proporción de valoraciones menores de 5:

- Atención del personal, imagen del personal y puntualidad (0%).

6 atributos con valoraciones negativas inferiores al 0,5% en el año 2025, los mismos que en 2024.

## 5. Visión de conjunto

### Percepciones sobre ampliaciones:

- El Palmar (50,4%).
- Molina de Segura (28,1%).
- Alcantarilla (17,1%).

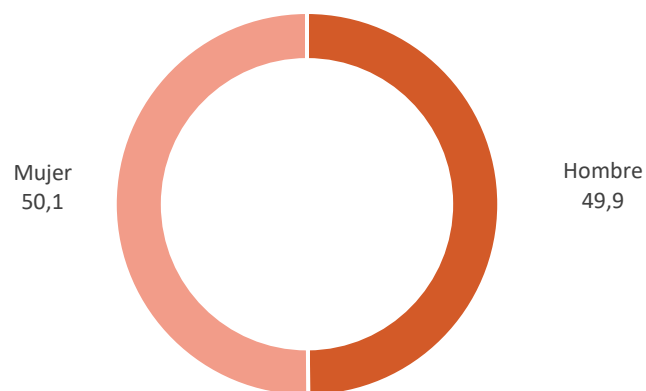
El 98,9% de encuestados en 2025 afirma que el tranvía es uno de los principales medios de transporte público de Murcia.

**La valoración global del servicio por parte de los usuarios es de 8,6 sobre diez (8,7 en 2024).**

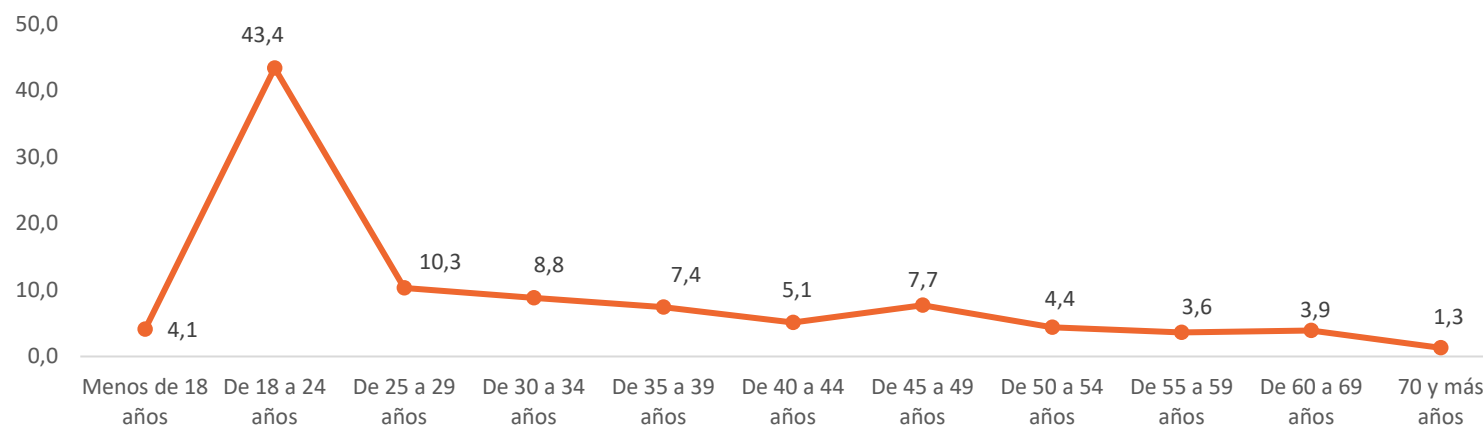
# **ANEXO:** **DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA**

# Sexo / edad (% encuestados)

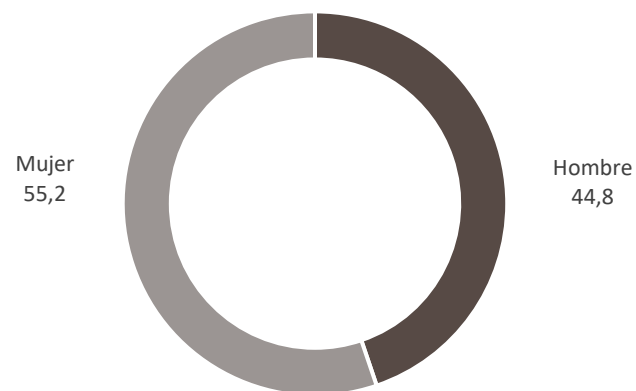
Sexo 2025



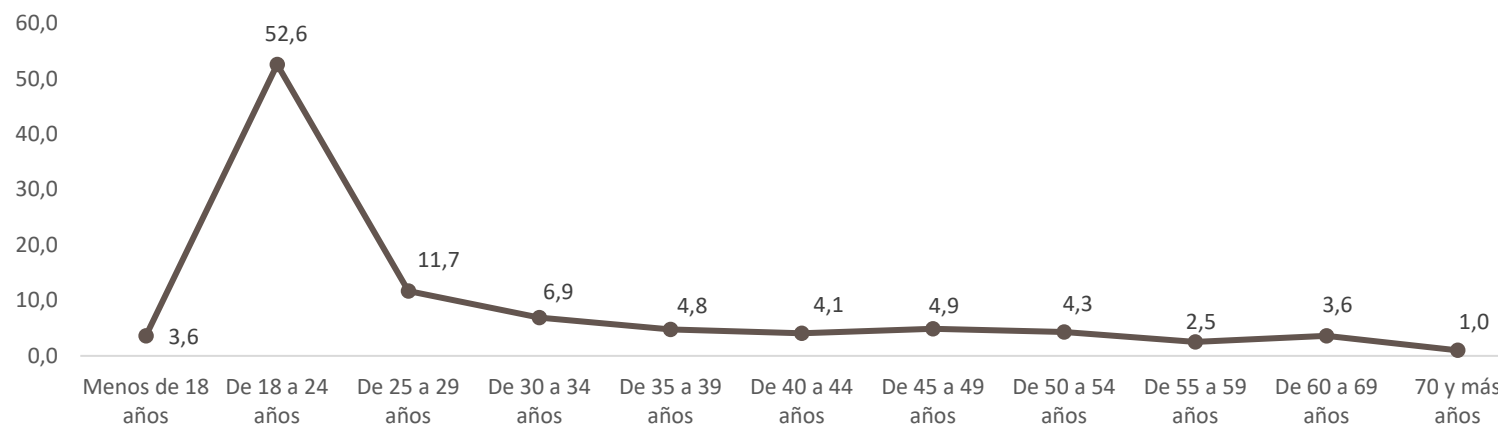
Edad 2025



Sexo 2024

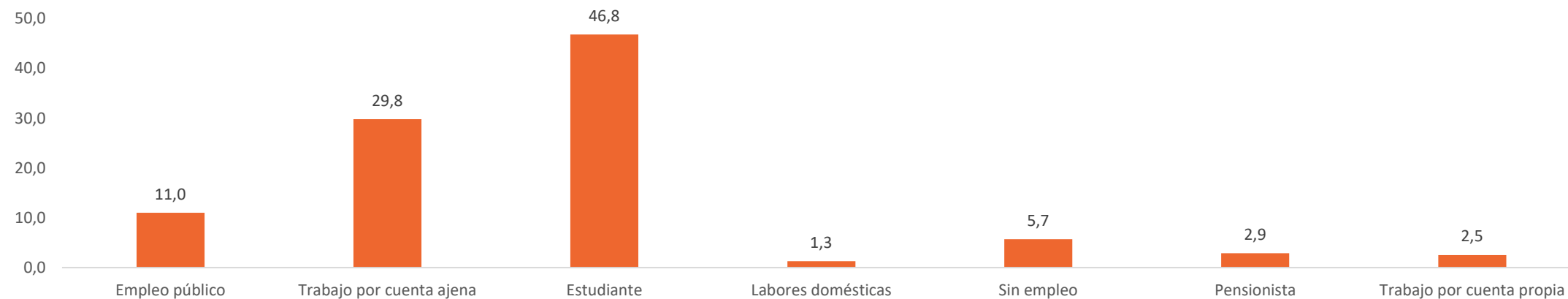


Edad 2024

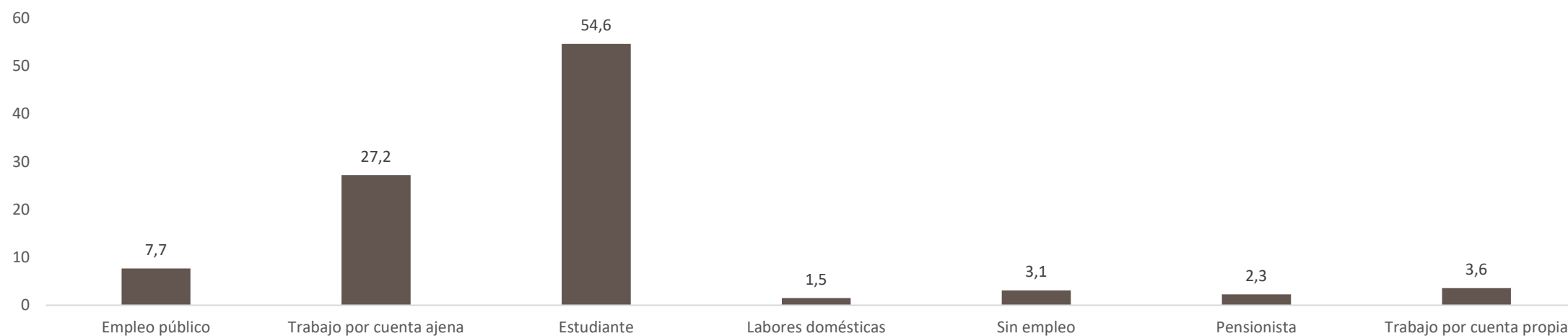


# Ocupación (% encuestados)

Ocupación 2025

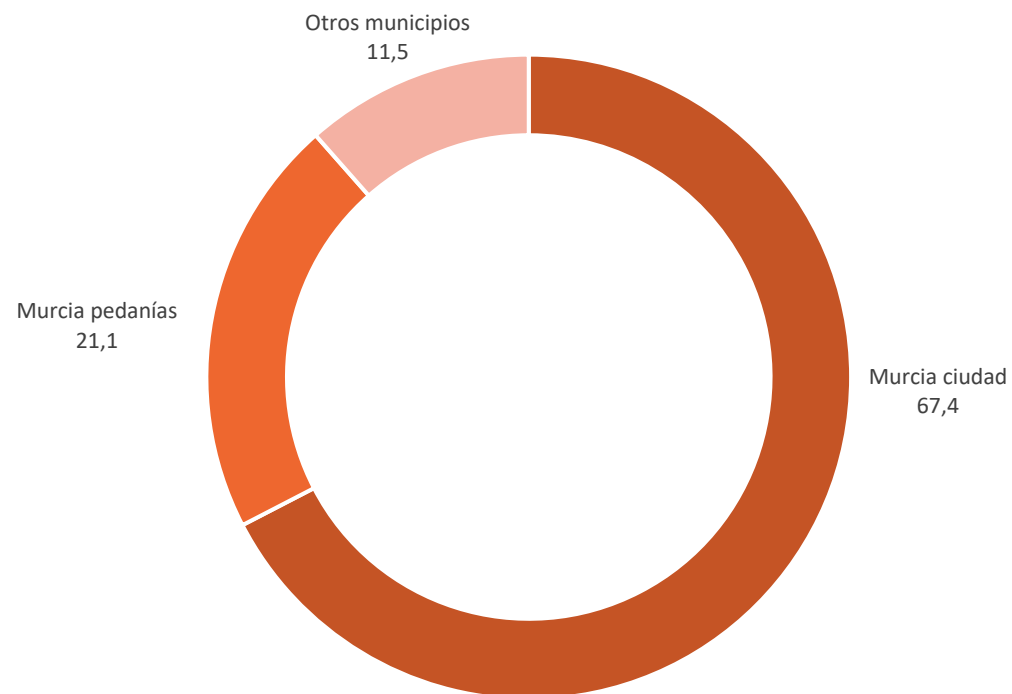


Ocupación 2024

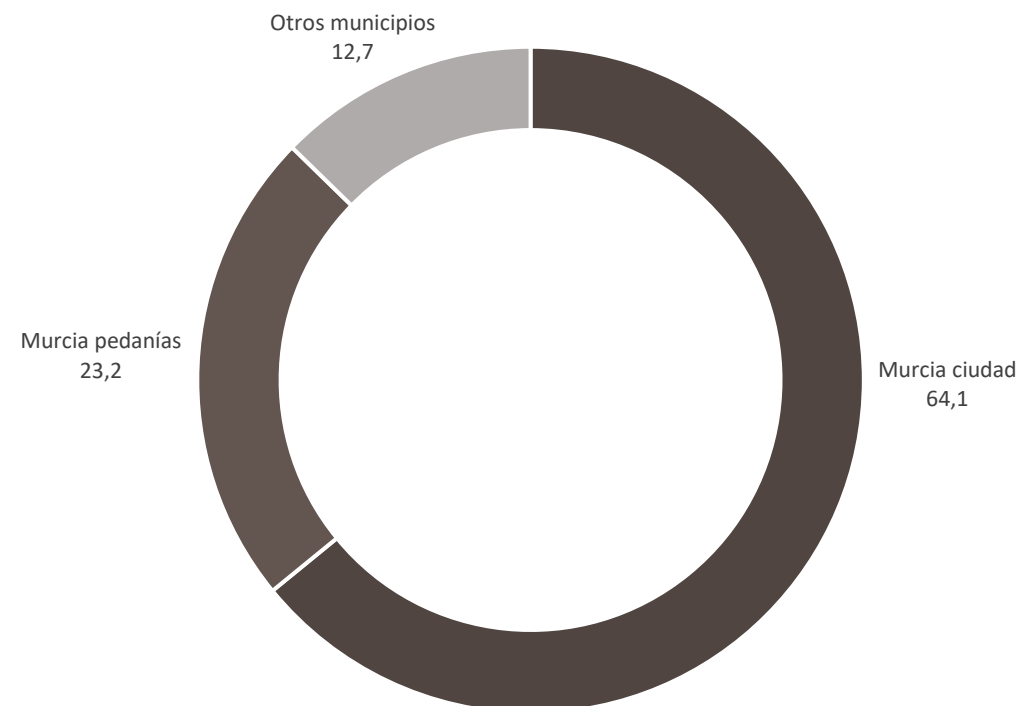


# Procedencia (% encuestados)

Procedencia 2025

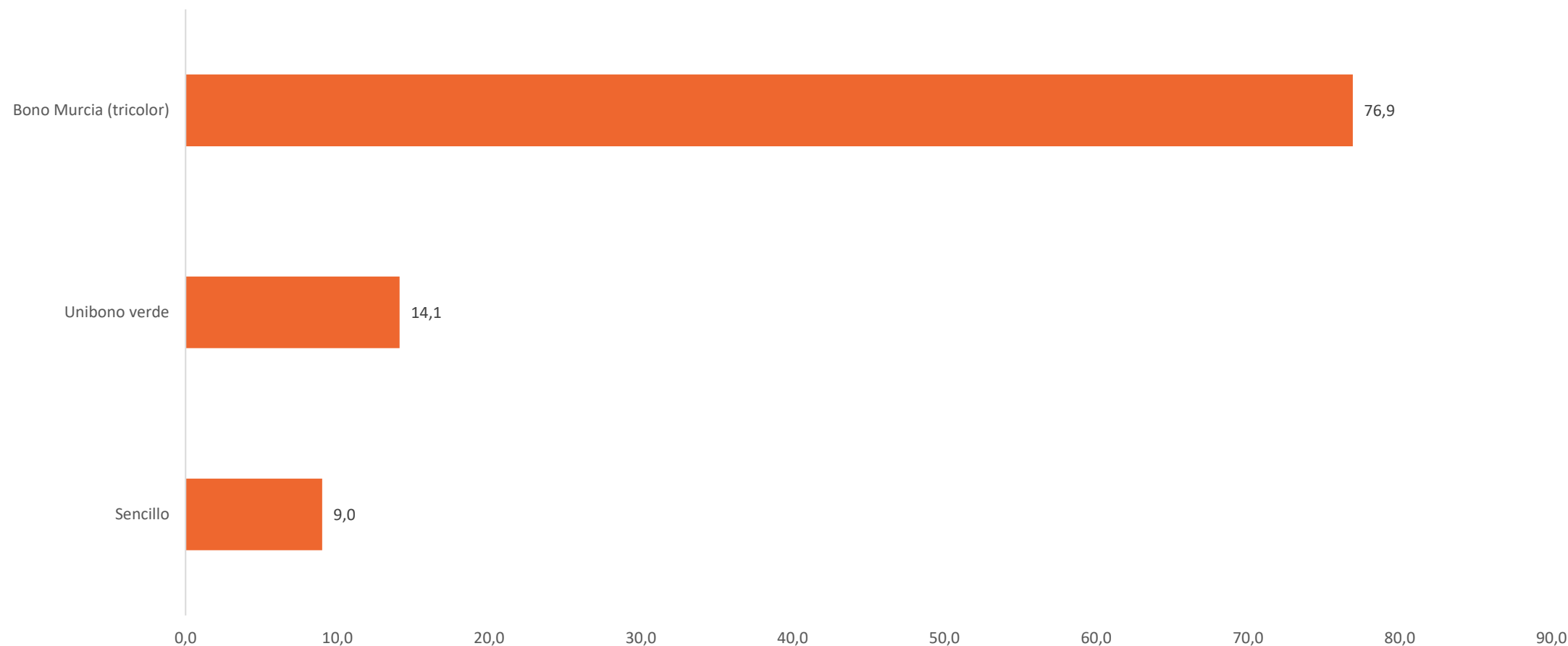


Procedencia 2024



# Título de transporte (% encuestados)

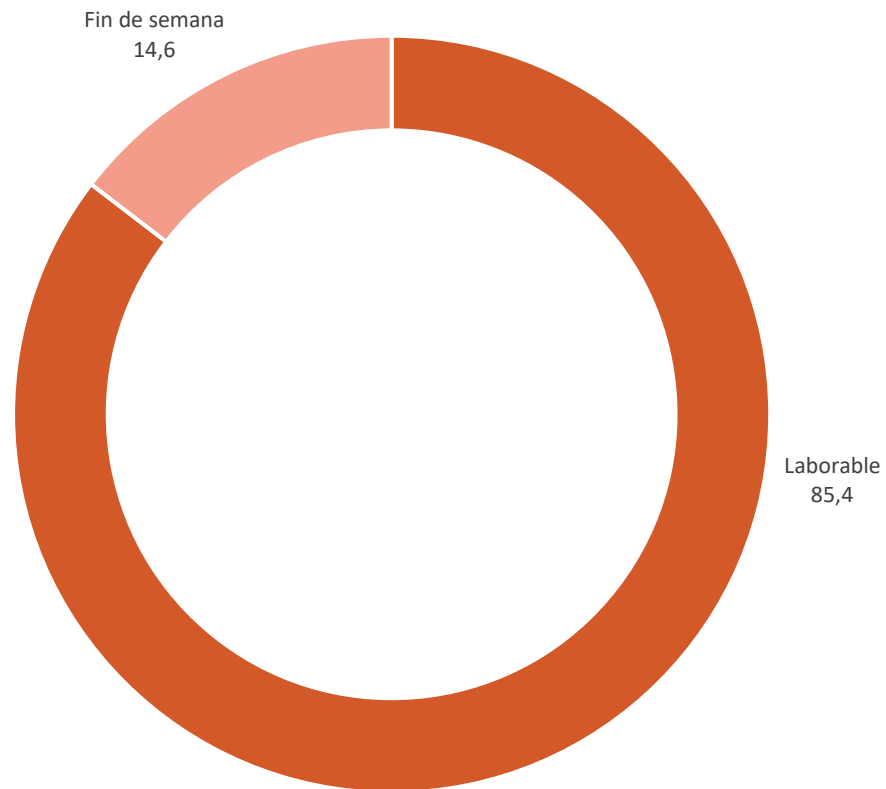
Título de transporte empleado 2025



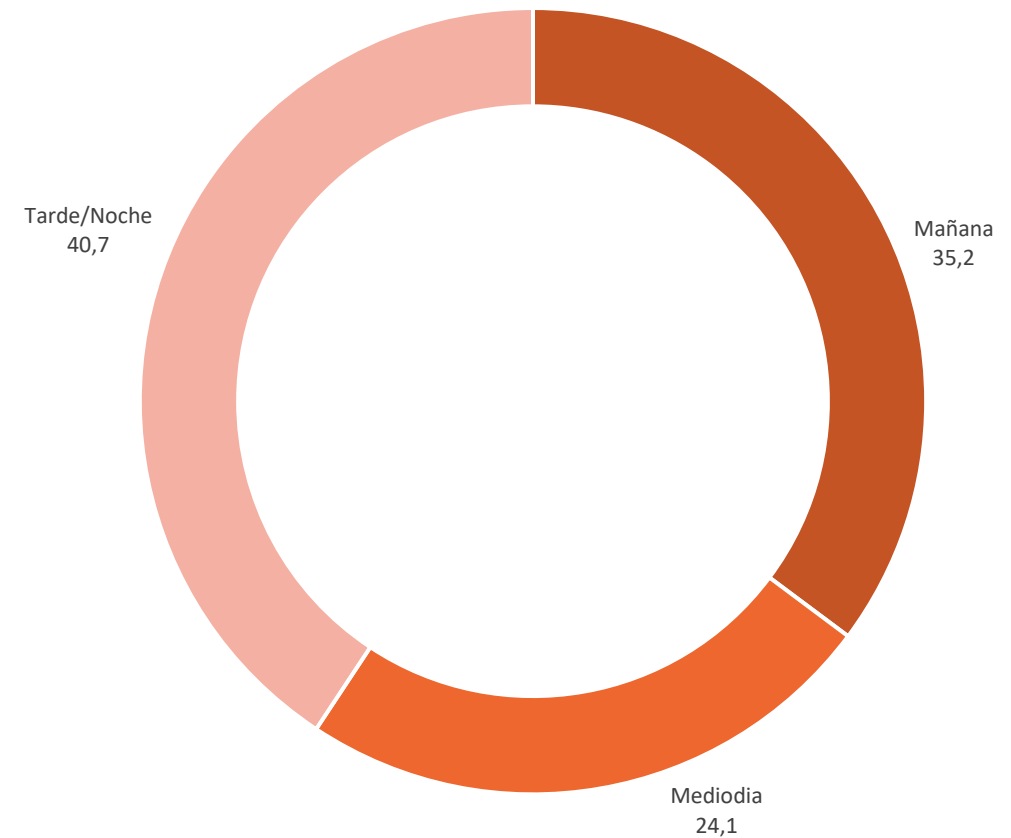


# Tipo de día / tramo horario (% encuestados)

Tipo de día 2025

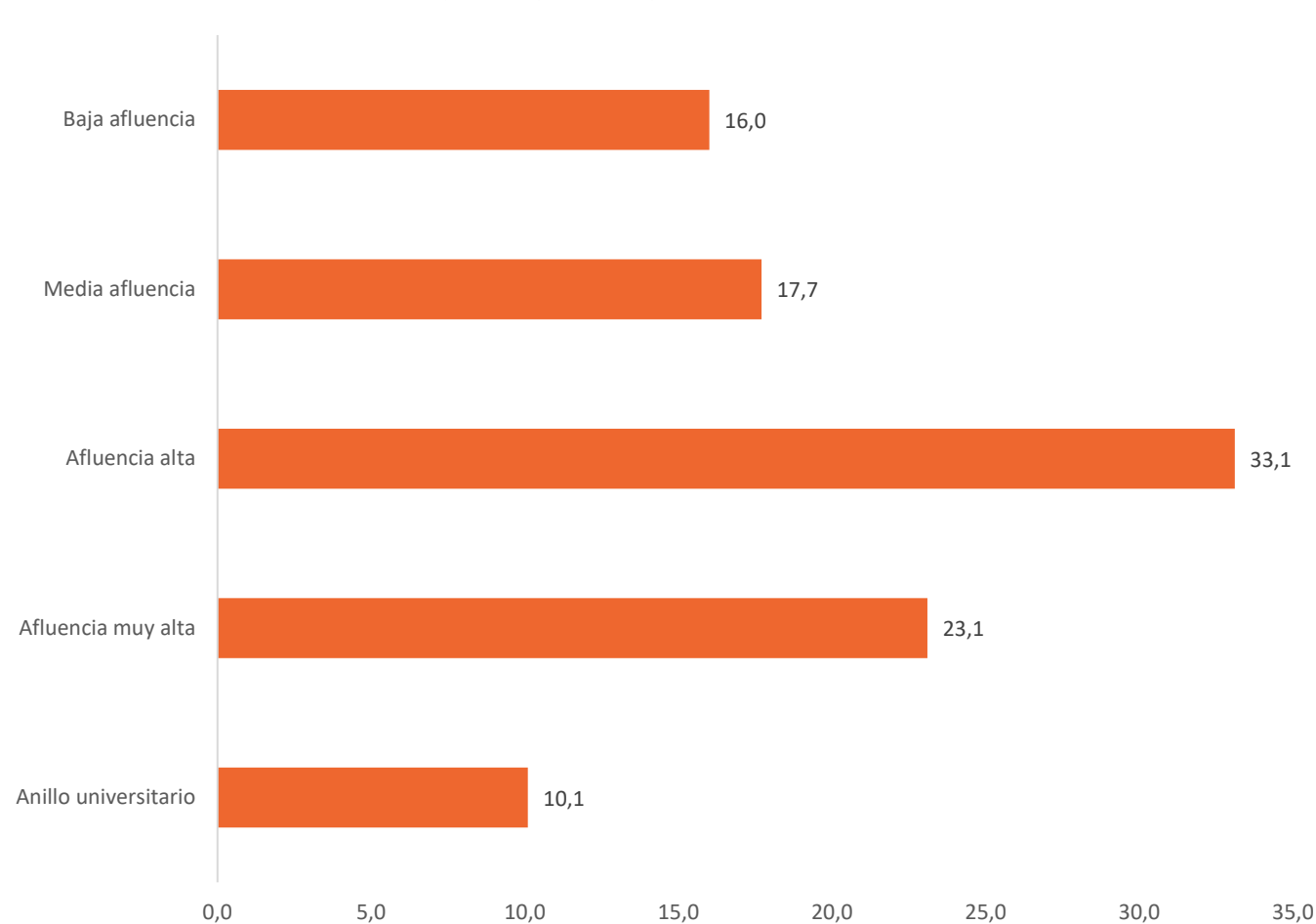


Tramo horario 2024



# Tipo de parada por afluencia (% encuestados)

Tipo de parada por afluencia 2025



## ANILLO UNIVERSITARIO

C1 Universidad de Murcia  
C2 Serv. Investigación  
C3 Centro Social  
C4 Biblioteca Univ.  
C5 Residencia Univ

## AFLUENCIA MUY ALTA

A1 Plaza Circular

## AFLUENCIA ALTA

(del 5% al 8%)

A2 Marina Española  
B1 Juan Carlos I  
B7 Los Rectores  
A12 Nueva Condomina  
B2 Biblioteca Regional

## MEDIA AFLUENCIA

(del 3% al 4,9%)

B3 Senda de Granada  
B5 El Puntal  
A5 Santiago y Zaraiche  
A4 Príncipe de Asturias  
A3 Abenarabi

## BAJA AFLUENCIA

(menos del 3%)

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