

- Desde la puesta en funcionamiento del tranvía, nos comprometimos a ofrecer a nuestros usuarios un servicio de calidad y es por ello que realizamos periódicamente Estudios de Demanda que nos permite, no sólo conocer nuestras fortalezas, sino también detectar posibles debilidades a subsanar.

En el estudio correspondiente a 2015 entrevistamos, de manera aleatoria y presencial, a 1.321 clientes. Las encuestas se realizaron en las distintas paradas del tranvía de acuerdo a los parámetros de la Fundación del Centro de Estudios del Transporte del Mediterráneo (CETMO) y a la normativa UNE-EN 13.816. El tamaño de la muestra (1.324) tiene un error muestral del +/- 2,7 % para un intervalo de confianza del 95 %.

El perfil de nuestros usuarios no ha variado con respecto al pasado año. Las mujeres siguen siendo las principales demandantes del servicio, con un 59 %, mientras que los hombres representan el 41 % de la demanda.

Si atendemos al rango de ocupación, los *estudiantes*, *trabajadores por cuenta ajena* y *desempleados*, con un 36, 41 %, 28,63 % y 10,52 %,



respectivamente, han sido los que más utilizaron nuestro servicio de tranvía en sus desplazamientos en el área metropolitana. El crecimiento más significativo se registró en el colectivo de *trabajadores por cuenta ajena*, un 4,5 % más que el pasado año (2014 / 24,09 %), aunque también el colectivo de *jubilados* incrementó el uso del tranvía en más de 1,5 % hasta situarse en el 7,49 % (2014 / 5,97 %).

Del estudio también se desprende que el tranvía se ha ido consolidando como principal medio de transporte. De hecho, el 76 % de nuestros usuarios, con vehículo propio (32,17 %), afirma haber reducido notablemente su uso debido a la existencia del tranvía. Además, la mayoría de los encuestados, el 66 %, han utilizado el tranvía entre 4 y 5 días a la semana, situándose la media de uso semanal en 4,37 viajes y la diaria de algo más de 2 viajes. Los principales motivos de estos desplazamientos han sido por estudios (22,63 %), trabajo (21,73 %) y para trasladarse a casa (20,74 %).

Por tanto, y de acuerdo al Estudio de Demanda, nuestro perfil de cliente en 2015 ha sido el siguiente:

- mujer, 59 %
- urbano, 90 %
- joven, el 68 % tiene menos de 45 años
- estudiante, 36,41 %
- tipo de desplazamiento: ir a estudiar, 22,63 %
- impacto sobre el uso del vehículo: uso menos el coche, 35 %
- pertenencia a redes sociales, 71 %

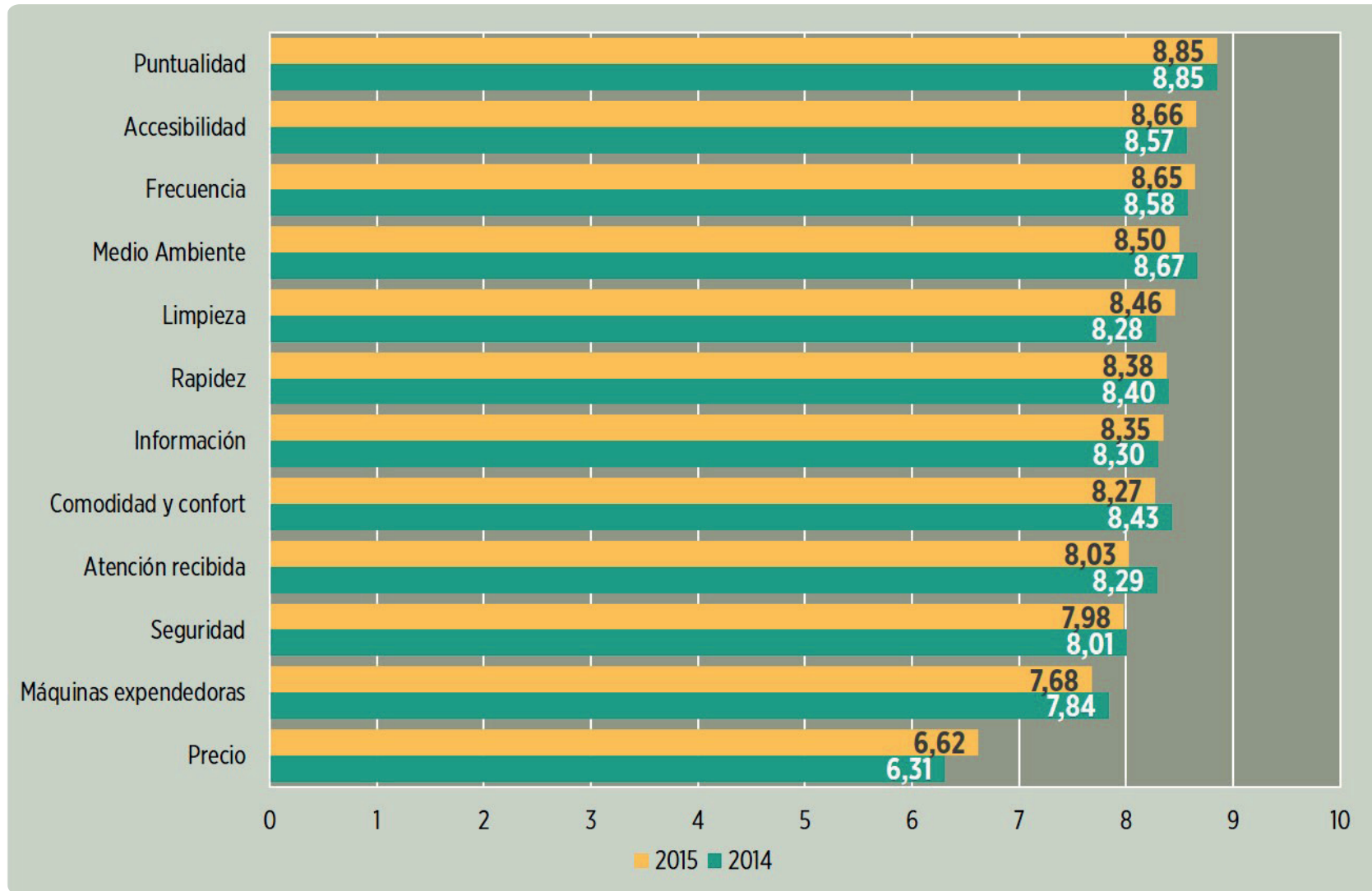
Valoración del servicio

A través de esta encuesta a clientes, también hemos podido conocer la percepción que tienen los usuarios de nuestro servicio. Una vez más, nos han otorgado una notable puntuación. La media ponderada obtenida, sumando las variables de análisis, ha sido de 8,21 sobre 10; la misma valoración que registramos el pasado ejercicio.

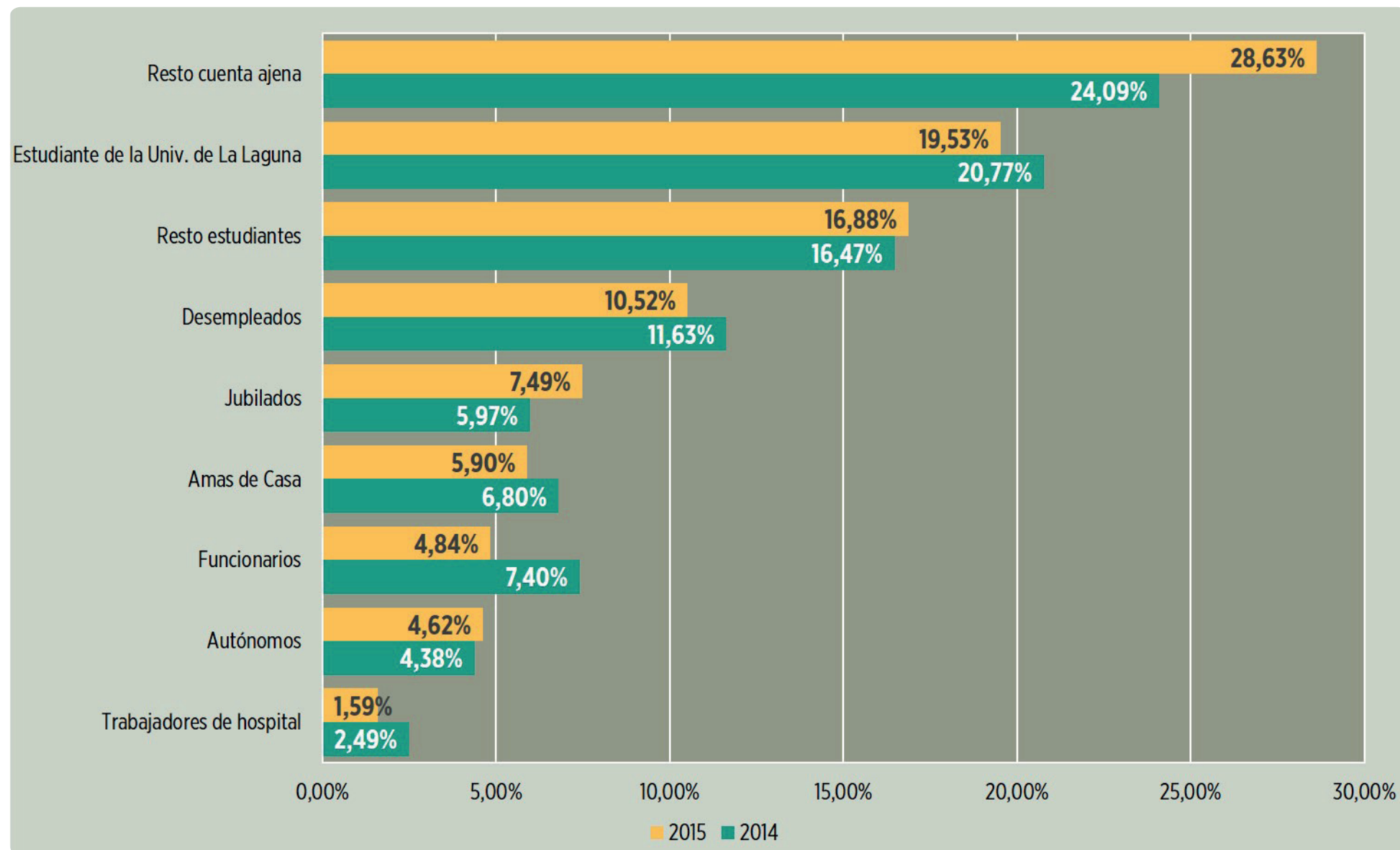
De los 12 indicadores que miden la valoración del servicio, el 75 % superaron los 8 puntos de nota, afianzándose, como viene siendo habitual desde la puesta en marcha del tranvía, la satisfacción de los pasajeros con este medio de transporte.

Nuevamente, *Puntualidad*, con un 8,85 (2014 / 8,85), se ha situado a la cabeza de los aspectos más apreciados por los pasajeros; le sigue la *Accesibilidad*, con un 8,66; (2014 / 8,57) y *Frecuencia*, con un 8,65 (2014 / 8,58).

Valoración del servicio 2015-2014



☑ Ocupación



• Cerramos el ejercicio 2015 con datos positivos en la explotación comercial de nuestro tranvía al registrar nuevamente un incremento en el número de viajeros. Hemos transportado a un total de 13.273.083 pasajeros, lo que supone un crecimiento del 4,29 % respecto al 2014 y de un 6,53 % más que en 2013. Con los datos de 2015, el histórico de clientes de nuestro tranvía se sitúa en 112.535.974 pasajeros en estos ocho años y medio de servicio.

Esta tendencia de crecimiento está muy ligada al comportamiento y actividad económica del país. En estos últimos años se ha experimentado cierta recuperación y ésta se ha visto reflejada en nuestros índices de demanda.

Analizando otros detalles de la demanda de este año 2015, podemos destacar los siguientes datos:

- Mes de mayor demanda: **noviembre** con **1.245.779 clientes**.
- Día de mayor demanda: **jueves 10 de diciembre** con **55.528 usuarios**.
- Media de cancelaciones en días laborales: **44.818 pasajeros**.
- Media de cancelaciones en días festivos: **18.446 pasajeros**.
- Tramo horario de máxima demanda: de **14:00 a 15:00 horas** con **3.904 clientes / hora**.



En 2015 registramos un crecimiento de pasajeros del 4,29 %.

De las veinticinco paradas con las que cuenta nuestra red de tranvías, las que han tenido mayor afluencia de pasajeros fueron La Trinidad, 1.368.369; Weyler, 1.027.365; Teatro Guimerá, 987.980; Cruz del Señor, 914.073; Intercambiador de Santa Cruz, 853.606 y Padre Anchieta, 666.020. En conjunto, estas seis paradas concentraron el 45 % de la demanda total en 2015.

Por otro lado, nuestro tranvía efectuó 158.310 viajes, situándose su fiabilidad en un 99,87 %, y ha recorrido un total de 1.493.893 kilómetros a raíz del siguiente plan anual de servicios:

- Servicio diario, de 06:00 a 24:00 horas los 365 días del año.
- Servicio nocturno ininterrumpido en fin de semana.
- 16 refuerzos para importantes jornadas de ocio y cultura (colaboraciones).
- Servicios especiales de Navidad y Carnaval. En ambos casos, y ante la extraordinaria demanda que se registra en estas fechas, el servicio de tranvía opera con unidades dobles duplicando así el número de plazas ofertadas (400). El servicio de Carnaval cuenta con un dispositivo especial seguridad centrado en la conversión de la parada La Paz en terminal del servicio y la reducción del trazado de la Línea 1 por su cercanía con la zona del Carnaval.

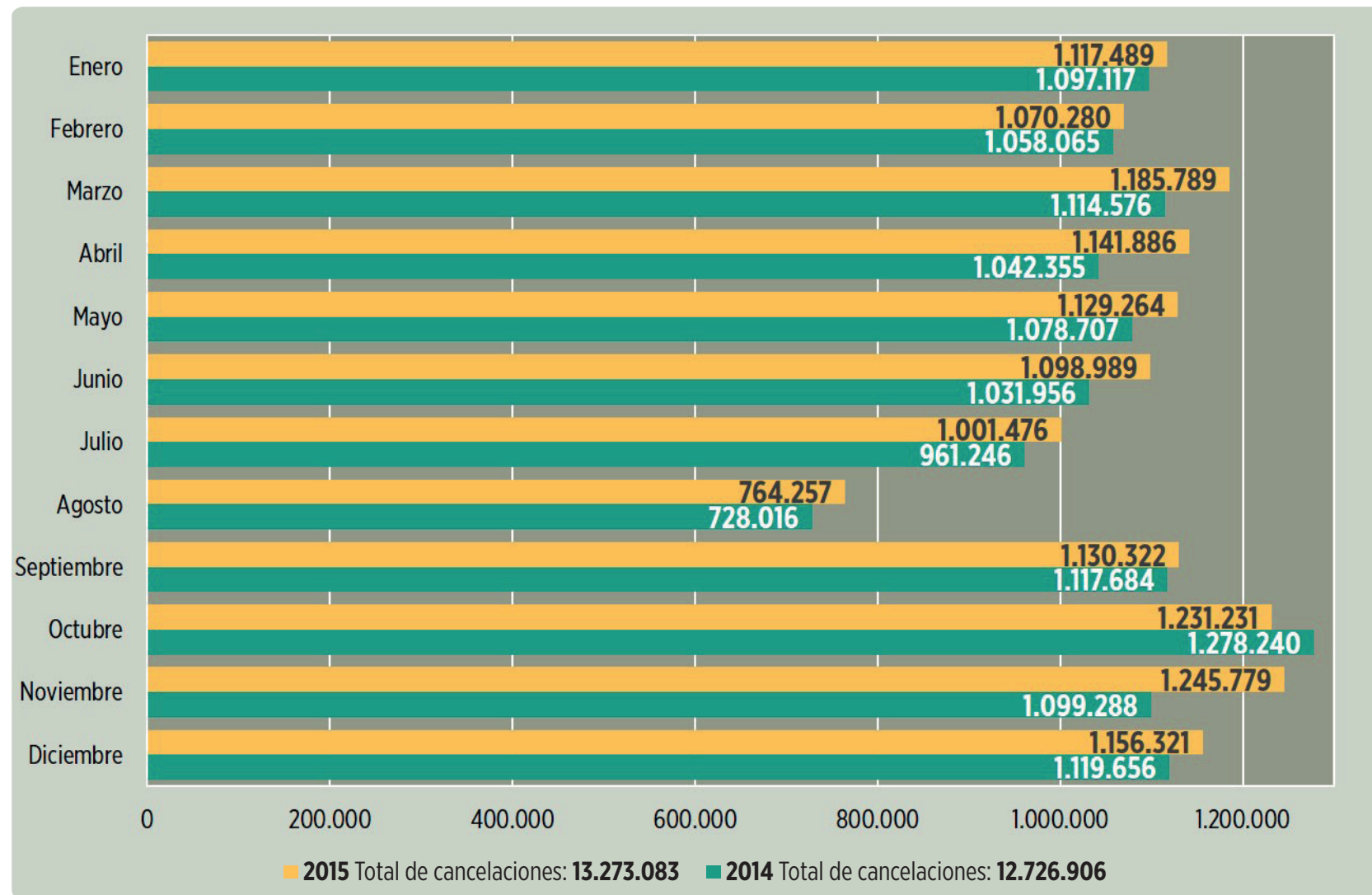
Los tranvías recorrieron un total de 1.493.893 kilómetros en 2015.



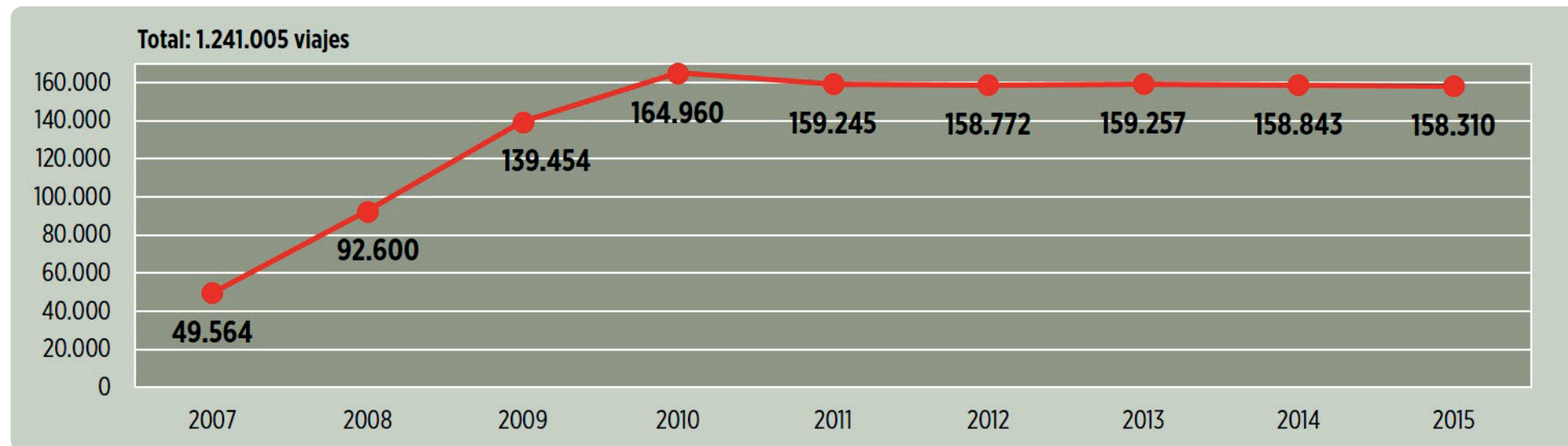
En cuanto a títulos vendidos, hemos dispensado 2.535.102 títulos. La media mensual de ingresos superó en un 2,16 % a la media del año anterior. El título físico más vendido fue el de Ida, representó un 72,1 %

de las unidades, mientras que el Bono Vía de 15 euros fue el que tuvo mayores ingresos, un 32,5 % del total. Por su parte, la venta a través de Vía-Móvil alcanzó el 19,1 % de la recaudación obtenida.

Comparativa mensual de la demanda 2015-2014



Historico de viajes comerciales



Historico de kilómetros ofertados

