

Superó la barrera de los 600 millones de viajeros por primera vez desde 2012

Metro de Madrid registró en 2017 el mayor aumento de viajeros desde 2000, con un 7,22 %

- El año pasado utilizaron el suburbano 626,4 millones de viajeros
- El 52,97 % de este crecimiento se debe al Abono Joven
- La línea 6 continúa siendo la más utilizada, con un total de 103.487.147 viajeros durante todo el año
- La estación con mayor afluencia en un solo día fue Sol, con más de 248.174 viajeros el 16 de diciembre
- La compañía dota de una herramienta digital a los supervisores comerciales para mejorar la atención al cliente

17 de enero de 2018.- Metro de Madrid registró en 2017 el mayor crecimiento del número de viajeros desde el año 2000, un 7,22 % en términos homogéneos, es decir, descontando todas las diferencias de calendario entre 2017 y 2016. La cifra total alcanzó los 626,4 millones, superando así la barrera de los 600 millones de usuarios por primera vez desde el año 2012 y confirmando un crecimiento sostenido en el número de viajeros durante cuatro años consecutivos.

Son datos de la demanda de Metro de 2017 que la consejera de Transportes, Vivienda e Infraestructuras de la Comunidad de Madrid, Rosalía Gonzalo, ha presentado hoy en el depósito de Canillejas, donde ha destacado el hecho de que de los 41,6 millones de viajes ganados respecto a 2016, la mitad corresponde a entradas con Abono joven.

Por otra parte, el mayor incremento en el número de viajeros se produjo en días laborables, 30 millones de viajes más que representan el 72 % del total del crecimiento, aunque el crecimiento se registró también en los fines de semana, con una subida media anual del 10,84 % los sábados y del 9,60 % los domingos. En el mes de noviembre se alcanzaron máximos históricos para fines de semana, con subidas del 12,82 % los sábados y del 11,05 % los domingos.

Además, Metro de Madrid registró una media de 1.424.000 viajeros durante los sábados del mes de octubre, alcanzando así el mejor promedio de demanda de toda la historia de Metro para este día de la semana.

Otro de los hitos alcanzados en 2017 se produjo durante el mes de julio, cuando Metro registró un total de 45.999.696 viajeros, lo que supuso un aumento de la demanda del 13,25 % con respecto al mismo periodo del año anterior, convirtiéndose en el mes de julio con mayor incremento de viajeros desde el año 1996.

CRECIMIENTO POR LÍNEAS Y ESTACIONES

El crecimiento fue generalizado en todas las líneas, salvo en aquellas que durante el año fueron objeto de remodelación y estuvieron cerradas para los usuarios, en concreto la 5 y la 8. Por líneas, la 6 continuó siendo la más utilizada, con un total de 103.487.147 viajeros durante todo el año, lo que representa un incremento del 2,9 % con respecto al año anterior. La siguiente línea más utilizada fue la 1, con un total de 90.830.641 viajeros, lo que supone el mayor crecimiento en viajeros de todas (debido en parte a que el año anterior estuvo cerrada por remodelación), un 38,4 %; mientras que en la tercera posición se situó la línea 10, con 71.322.010 viajeros, un 7,8 % más de los que la utilizaron en el mismo periodo de 2016.

Las estaciones con mayor número de viajeros en todo el año fueron Sol, Moncloa, Príncipe Pío y Nuevos Ministerios. En cuanto a la estación con mayor afluencia en un día, hay que destacar Sol con 88.381 entradas el pasado sábado 16 de diciembre. También la estación de Sol registró el segundo día de mayor afluencia con 86.205 entradas, el 7 de diciembre, por delante de Moncloa con 84.992 entradas el viernes 24 de noviembre (*Black Friday*).

A su vez, las estaciones con mayor crecimiento absoluto con respecto a 2016 fueron Moncloa, que pasó de 18.320.408 entradas a 19.344.895, un 5,59 % más, seguida de Avenida de América, que creció un 6,71 %, y Príncipe Pío, que registró un 4,34 % más de entradas.

Destaca el crecimiento del 182 % en la estación Estadio Metropolitano, por la apertura del estadio de fútbol del Atlético de Madrid, así como de la estación de La Fortuna, un 50,72 % de incremento, por la apertura del nuevo Centro Comercial en las inmediaciones.

Las horas con más viajeros varían en función el tipo de día. De lunes a viernes es de 8 a 9 de mañana, los sábados de 18 a 19 horas y los domingos de 17 a 18. Por su parte, el día de máxima demanda fue el 24 de noviembre (*Black Friday*), en el que se realizaron 2,49 millones de viajes, un 4 % más que el año anterior en la misma fecha comercial.

MEJORA EN LA ATENCIÓN AL CLIENTE

Para la Comunidad de Madrid, especialmente ante este constante crecimiento de viajeros, es primordial seguir manteniendo y mejorando la calidad del servicio del suburbano. Por eso, a partir del próximo 20 de enero, Metro va a dotar a los

supervisores comerciales de una *tablet* como nueva herramienta de trabajo a través de la cual el personal de estaciones podrá notificar cualquier hecho o incidencia que ocurra en la estación a los departamentos correspondientes en tiempo real.

Además, el personal de estaciones podrá facilitar más información a los viajeros al tenerla disponible en la *tablet*, ya que esta dispondrá de diferentes aplicaciones y contenidos: unos dirigidos a ayudar al cliente (como callejero, web de Metro, Consorcio y otros medios de transportes, oficinas de turismo, etc) y otros destinados a mejorar su trabajo de forma interna. La *tablet*, además, contará con un traductor de varios idiomas.

Se trata de una medida que comenzará siendo una prueba piloto en las estaciones de la línea 1 y 9. En concreto, el personal de 45 estaciones contará con un total de 89 *tablets*, lo que supone un salto tecnológico y un cambio cultural muy importante para los supervisores comerciales, con el que se pretende facilitar su trabajo y mejorar la relación con los usuarios.

Digitalizar la información supone también sustituir por formato electrónico lo que hasta ahora se tramitaba en papel, lo cual va a permitir agilizar los procesos internos de gestión operativa en estaciones y líneas. También mejora así la comunicación entre el personal, aportando agilidad, rapidez y cercanía.

Este es un paso más en la mejora de la atención al cliente que ya comenzó con la eliminación física de las taquillas y la creación de la figura del supervisor comercial, que ha permitido ayudar y asesorar a los usuarios de Metro de una forma mucho más eficaz y cercana.

Para informar a los usuarios de Metro de este cambio, se pondrá en marcha en los soportes de la red y en los canales digitales de la compañía una campaña informativa cuyos protagonistas son los propios supervisores comerciales del suburbano. Bajo el lema 'estamos conectados contigo', la campaña incide en la faceta de atención al cliente, ahora más digitalizada, que desarrollan los supervisores comerciales.