

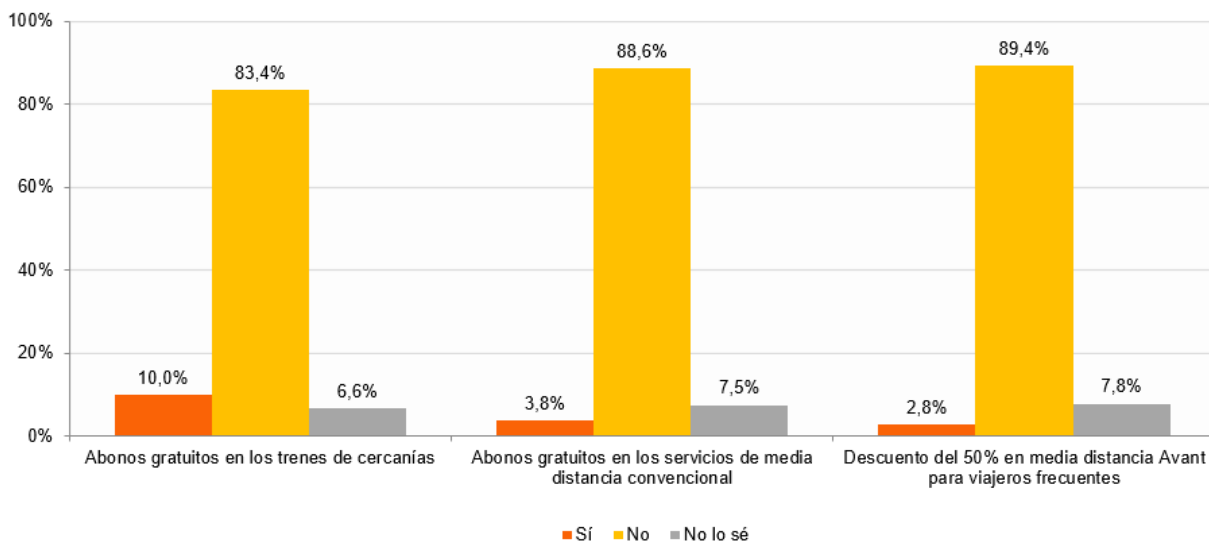
Uno de cada diez españoles se benefició de los abonos gratuitos de Renfe para trenes de cercanías

- Un 15,7 % de los usuarios de estos abonos reconoce que no hubiera viajado sin el descuento.
- Los abonos gratuitos para los servicios de media distancia beneficiaron a un 3,8 % de usuarios.
- Los descuentos del 50 % en media distancia Avant fueron utilizados por un 2,8 % de individuos.

Madrid, 14 de junio de 2024.- Desde el 1 de septiembre de 2022, Renfe emite diferentes tipos de abonos gratuitos y de descuento para los trenes de cercanías y media distancia. El último [Panel de Hogares](#) de la CNMC (con datos correspondientes al cuarto trimestre de 2023) está dedicado a la influencia que han tenido estos abonos y descuentos a la hora de viajar en tren.

El abono gratuito de Renfe para trenes de cercanías ha sido el más utilizado: una de cada diez personas se ha beneficiado de la iniciativa. En cambio, son menos los individuos que han usado los abonos para media distancia: un 3,8 % se beneficiaron de los abonos de gratuidad y un 2,8 % de los descuentos del 50 % en media distancia Avant.

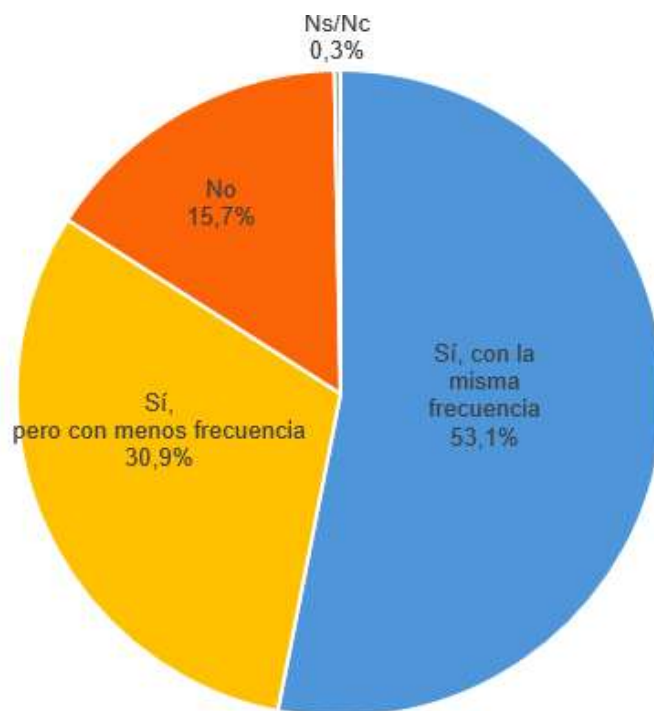
En los últimos 12 meses Renfe ha puesto a disposición de los usuarios una serie de abonos gratuitos/descuentos para algunos trenes. Por favor, indique si se ha beneficiado de alguno de ellos (porcentaje de individuos).



Universo: Individuos. Fuente: CNMC

Más de la mitad de los usuarios (53,1 %) que utilizaron un abono gratuito de cercanías afirman que hubieran viajado igual sin el descuento; otro 30,9 % asegura que lo hubieran hecho con menos frecuencia y el 15,7 % restante no habría viajado en cercanías sin el abono de gratuidad.

Si el abono de gratuidad de cercanías del que se benefició no hubiera estado disponible, ¿hubiera usado igualmente este servicio de tren? (porcentaje de individuos).



Universo: Individuos que usaron los abonos gratuitos en los trenes de cercanías. Fuente: CNMC

Metodología

Estos resultados forman parte del [Panel de Hogares de la CNMC](#), una encuesta a hogares e individuos de periodicidad semestral. La CNMC pretende recopilar información directamente de los ciudadanos a través de encuestas y análisis de las facturas de los servicios. El estudio es de naturaleza multisectorial y recoge datos relativos a los mercados de telecomunicaciones, audiovisuales, energía, postal y transporte, entre otros. La encuesta de esta oleada se llevó a cabo en el cuarto trimestre de 2023 e incluyó a 5.148 hogares y 8.601 individuos. Esta herramienta aporta una información amplia y diversa, y permite a la CNMC conocer mejor el punto de vista de los consumidores

Contenido relacionado:

- [CNMCData](#)