

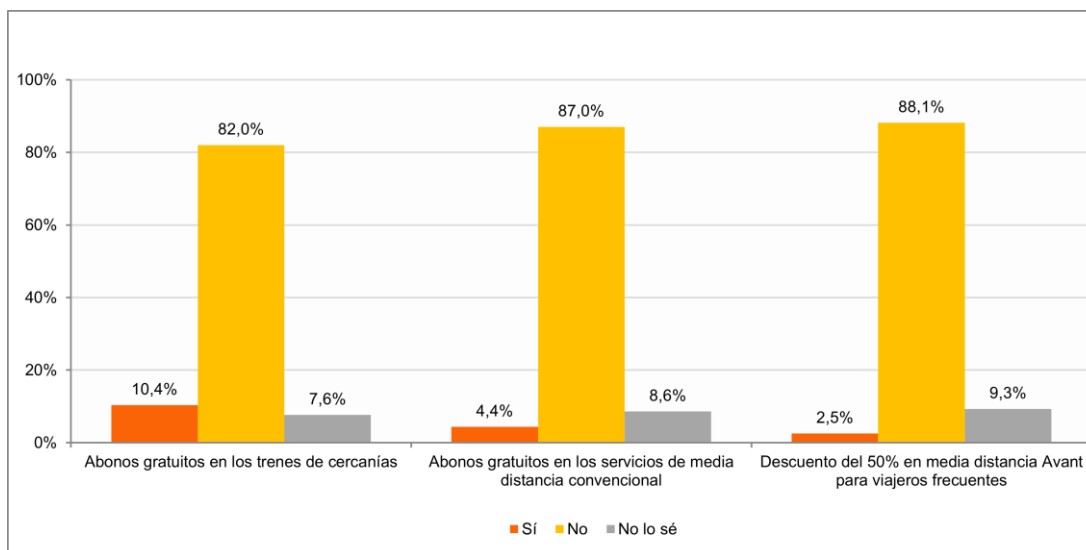
Uno de cada diez individuos usó un abono gratuito de trenes de cercanías de Renfe

- Un 15% de estos usuarios no habría viajado en cercanías si no hubiera disfrutado del abono.
- Los abonos gratuitos de los trenes de media distancia convencional beneficiaron a un 4,4 % de los individuos.
- El 2,5 % de los individuos aprovechó el descuento del 50 % en los trenes Avant para viajeros frecuentes.

Madrid, 20 de junio de 2025.- Desde el 1 de septiembre de 2022, Renfe ofrece varios tipos de abonos gratuitos y con descuento para los trenes de cercanías y media distancia. El último [Panel de Hogares](#) de la CNMC, con datos del cuarto trimestre de 2024, analiza cómo estos abonos y descuentos han influido en los hábitos de viaje en tren.

En concreto, en 2024, uno de cada diez individuos (10,4 %) utilizó el abono gratuito para cercanías. Un 4,4 % se acogió al abono gratuito para media distancia convencional, mientras que el 2,5 % hizo uso del descuento del 50 % para trenes de media distancia Avant destinado a viajeros frecuentes.

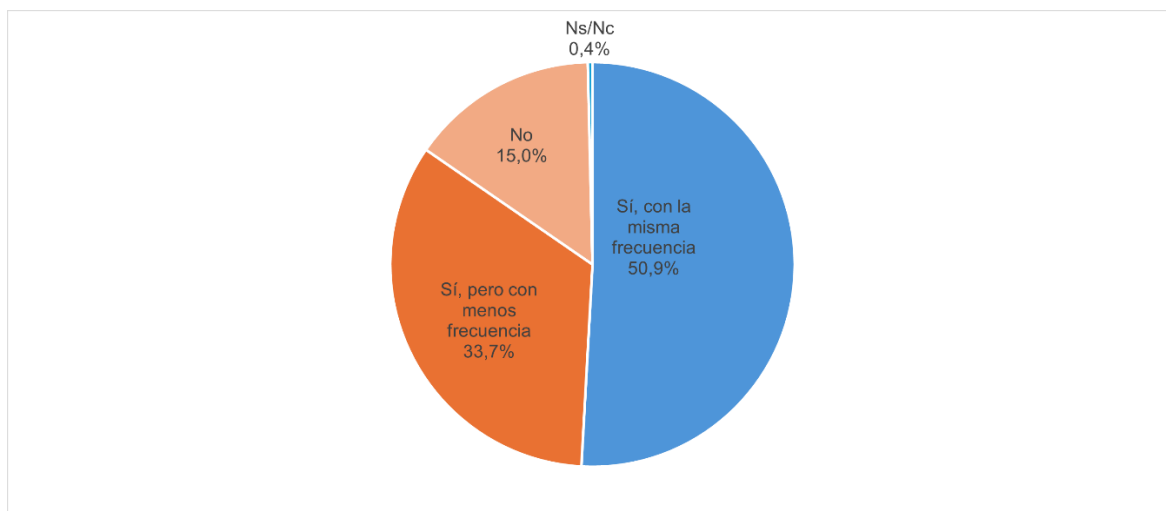
En los últimos 12 meses Renfe ha puesto a disposición de los usuarios una serie de abonos gratuitos/descuentos para algunos trenes. Por favor, indique si se ha beneficiado de alguno de ellos (porcentaje de individuos, IV-2024).



Universo: Individuos. Fuente: CNMC

La mitad de los usuarios del abono gratuito de cercanías (50,9 %) habrían viajado igualmente sin esa ayuda, aunque un 33,7 % reconoce que habría utilizado el tren con menos frecuencia y un 15 % que no lo hubiera usado.

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, IV-2024).



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 2024 e incluyó a 5.402 hogares y 9.139 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](#)