

March 27, 2007

Contact

Dave Sotero/Marc Littman

Metro Media Relations

213.922.3007/922.2700

www.metro.net/pressroom

FOR IMMEDIATE RELEASE

La nueva campaña de pasajeros de Metro busca atender a los viajeros que buscan alivio ante la escalada de precios de la gasolina

- Las mejoras al servicio de Metro ayudan a incrementar las ganancias anuales de pasaje, los actuales esfuerzos de mercadotecnia aumentan la atención pública hacia los servicios de transporte

La Autoridad Metropolitana de Transporte del Condado de Los Ángeles (Metro) anunció hoy el lanzamiento de una nueva campaña para atraer viajeros de Los Ángeles que se han quedado "sin aliento" ante el aumento crónico de los precios de la gasolina.

Anuncios que preguntan ¿Los precios de la gasolina te dejando sin aliento? (Gas Prices Leaving you Speechless? Go Metro!), aparecerán en los autobuses Metro, anuncios publicitarios monumentales y en más de 100 periódicos a partir de hoy.

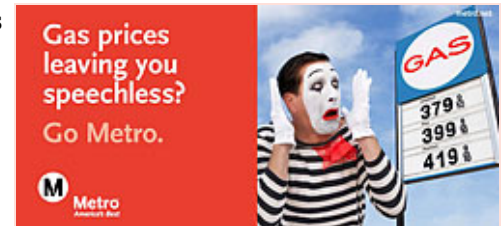
La agencia ha observado mayores niveles de pasajeros que frecuentemente crecen al igual que los aumentos en los precios de la gasolina, que ya han excedido los 3 dólares por galón durante los últimos años.

El precio de 3 dólares es el límite que hace del Pase por un Día, con un costo de 3 dólares para viajar de manera ilimitada en el sistema de Metro en el condado de Los Ángeles, una opción más lógica con un costo efectivo para los pasajeros.

Recientemente la agencia reportó que el numero de usuarios en el sistema se incrementó 5.74 por ciento de 2005 a 2006, representando una adición anual de más de 26.6 millones de abordajes. El aumento total del pasaje de la agencia fue dos veces mayor que el promedio nacional. (Medidos de manera separada, el pasaje del sistema de Autobuses Metro creció 5.28 por ciento y el pasaje del sistema de Metro Rail creció 8.07 por ciento)

Sin embargo, las ganancias en el número de usuarios en Metro se pueden atribuir más que a fluctuaciones en los precios de la gasolina. La agencia ha hecho recientemente fuertes mejoras al servicio, incluyendo la adición de nuevas Líneas de Metro Rapid y su popular Línea Metro Express. El pasaje en la Línea Metro Express ha tenido por si mismo un aumento de 9 por ciento entre el 2005 y 2006. Las Líneas Express que prestan servicio en Harbor Transitway mostraron un 7 por ciento de crecimiento año tras año.

Nuevas mejoras al servicio para el usuario próximas a implementarse incluyen el servicio "NextTrip", para usuarios de teléfonos celulares con acceso a la Web. El servicio ofrecerá avisos en tiempo real para alertar a los usuarios cuando los autobuses Metro estén aproximándose a las paradas. Un servicio similar está actualmente siendo probado por varias líneas de Metro Rapid. Los usuarios de Metro Rapid pueden probar el sistema en www.rapidbus.net.



Ads which ask "Gas Prices Leaving You Speechless? Go Metro," will appear on Metro buses, local billboards and in more than 100 newspapers beginning today.

Los esfuerzos de mercadotecnia de Metro también han ayudado a atraer la atención del público hacia sus servicios resultando en aumentos de usuarios. En el 2006, por ejemplo, 73 por ciento de las personas encuestadas por Metro dijeron que sabían de las rutas de los autobuses Metro en su área, un aumento en comparación con el 55 por ciento durante el 2004.

De manera adicional, cuando se les preguntó si la imagen de Metro era mejor que el año pasado, 84 por ciento dijeron que sí, lo que representa un incremento si se compara con el 74 por ciento en el 2004.

Metro encontró que sus avisos de publicidad atraen gran interés sobre las opciones de transporte público de la agencia. Los encuestados que vieron publicidad de Metro estuvieron dos veces más interesados en viajar en Metro durante los próximos seis meses que aquellos que no habían visto publicidad.

Para información adicional sobre Metro y planeación de viajes a través de la Web, visite www.metro.net. Para asistencia por teléfono sobre planeación de viajes, llame al 1-800-COMMUTE.

Metro-046