



XXVI  
ASAMBLEA  
ALAMYS

ASOCIACIÓN  
LATINOAMERICANA  
DE METROS Y  
SUBTERRÁNEOS

GRANADA - ESPAÑA  
18 al 22 de Noviembre de 2012



METRO<sup>®</sup>  
DE SANTIAGO  
pasa por ti

# La nueva estrategia de servicio de Metro de Santiago



Carolina Matus Morales

Jefe Desarrollo Nuevos Negocios

Metro de Santiago



Agencia de Obra Pública de la Junta de Andalucía  
CONSEJERÍA DE FOMENTO Y VIVIENDA

## Las empresas de servicio están cambiando

Orientación al cliente, preocupación por la inclusividad y calidad de vida

## Nuestros clientes están cambiando

Dispuestos a planificar, quieren información y transparencia

## La información durante el viaje es clave

En especial cuando hay un quiebre del servicio

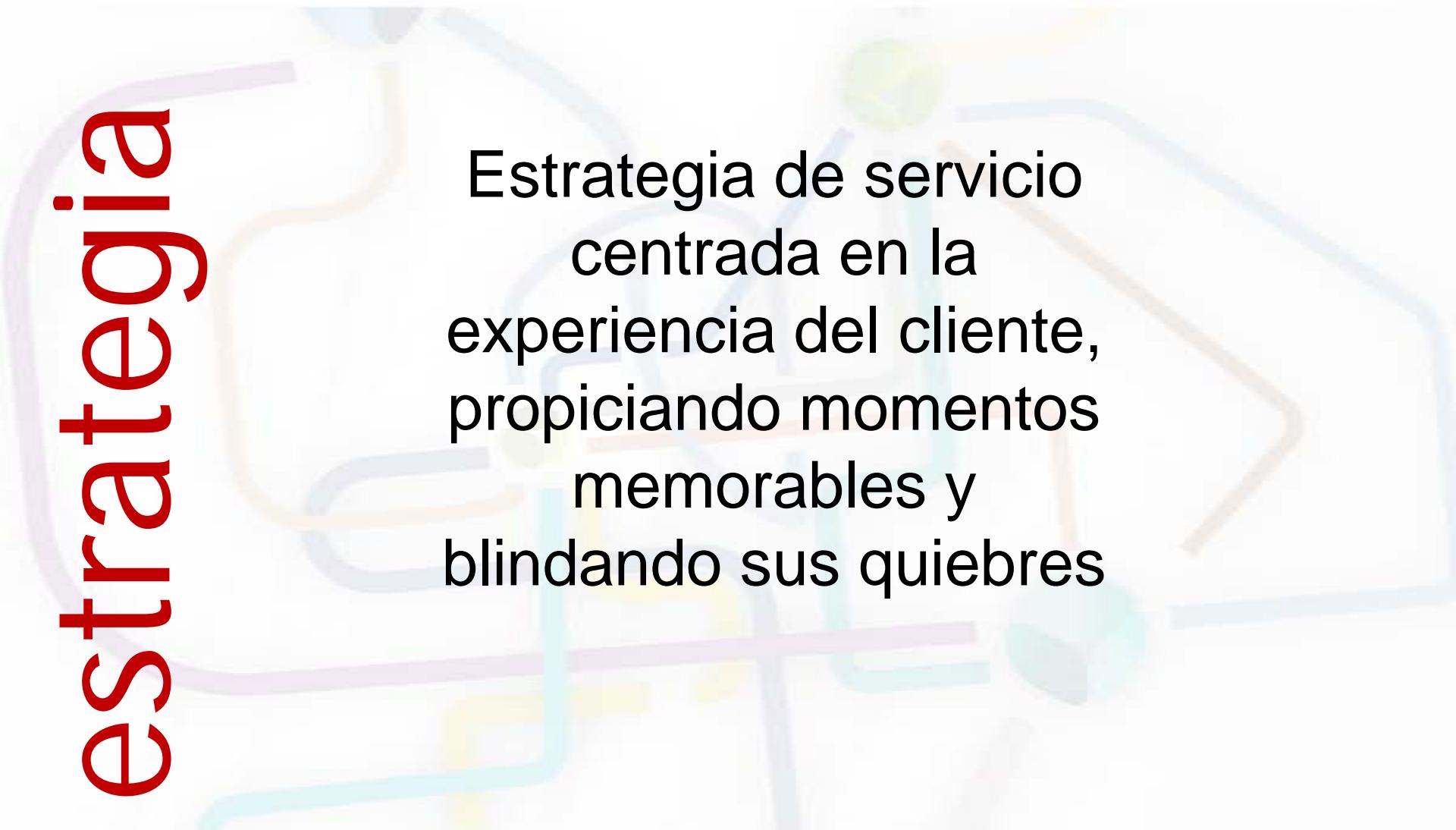
## Los pasajeros son parte del producto

Y nos piden un rol educador

## Nos piden contener y orientar

Cumplir el rol de «un ser superior»

# Estrategia



Estrategia de servicio  
centrada en la  
experiencia del cliente,  
propiciando momentos  
memorables y  
blindando sus quiebres

# etapas

diagnóstico



diseño de la experiencia



plan de  
implementación



# diagnóstico



factores clave  
transporte y comunicación

«capital Metro» frente a comunidad  
podemos liderar procesos de educación

necesidad de información  
tiene un efecto compensatorio

personal de contacto  
es crítico en la percepción de calidad de servicio

interacción activa con la comunidad  
compromiso medio ambiente, educación cívica,  
inclusividad, calidad de vida



# más que transporte

## Momentos del Viaje



## Servicios de Valor Agregado

arte, cultura y entretenimiento

servicios comunitarios (bibliometro, bicimetro, reciclaje de celulares)

locales comerciales

servicios adicionales (wi-fi, ATM, teléfonos públicos)

# los 12 momentos



informar permanentemente  
de forma proactiva, oportuna y actualizada  
el estado del servicio, las estaciones y sus  
inmediaciones

twitter

Aplicación mobile  
**SMS**  
Integración con medios  
de superficie

Previo a  
Metro

entregar información, orientar, procurar la  
fluidez, orden, seguridad e impecabilidad

Estación  
Previo al  
Tren

**3** ACCESO A  
METRO



**4** DESPLAZAMIENTO  
INTERIOR



**5** CARGA/VERIFICACIÓN  
TARJETA, VENTA DE  
BOLETO



**6** TORNIQUETE



**7** ESPERA CARRO



señalización interactiva de condiciones servicio  
modelo de regulación y orden de flujos  
impecabilidad en instalaciones  
personal de contacto empoderado e informado

Estación  
Previo al  
Tren

Viajando

campañas de educación  
estándares de densidad, temperatura, aseo y ventilación  
**sectores preferenciales**  
orientación en estaciones de combinación



entregar condiciones respetuosas de viaje  
y procurar un comportamiento seguro y fluido

orientar respecto del entorno y conectividad  
con otros medios de superficie en un ambiente protegido

pantallas con info de los servicios  
y conexiones de superficie  
**señalización de flujos**  
iluminación de zonas acceso/salida

Viajando

Salida



# pilares



## Informar Educar

Oportuna y transparentemente



Fomentando un comportamiento que permita una convivencia de respeto y empatía



## Proteger Empatizar

Garantizando un espacio seguro que provea tranquilidad a nuestros pasajeros



Siendo cercanos a las necesidades de nuestros clientes

# Conclusiones

Perspectiva ciudadanos: Metro es más que transporte, es el nuevo espacio público de integración e inclusión social

Ya no basta ser eficientes en la gestión operacional.  
Clientes felices: oferta de valor diversa y compleja

Desarrollo de una cultura de excelencia y de servicio

Servicios anexos permiten entregar oferta de valor integral  
(sostenibilidad económica y rol social)

Gracias por su atención  
Grato pela atenção  
Thanks for your attention

Carolina Matus Morales

[cmatus@metro.cl](mailto:cmatus@metro.cl)