

# La nueva estrategia de servicio de Metro de Santiago

Carolina Matus Morales  
Jefe Desarrollo Nuevos Negocios  
Metro de Santiago

# nuevo entorno

## 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

## 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



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 TORNQUETE



7 ESPERA  
CARRO



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



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

Estación  
Previo al  
Tren

Viajando



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





## Informar

Oportuna y transparente-mente



## Educar

Fomentando un comportamiento que permita una convivencia de respeto y empatía



## Proteger

Garantizando un espacio seguro que provea tranquilidad a nuestros pasajeros



## Empatizar

Siendo cercanos a las necesidades de nuestros clientes

# pilares

# 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)