



# Metro, uma viagem com valor

José Manuel Silva Rodrigues

Presidente do Conselho de Administração

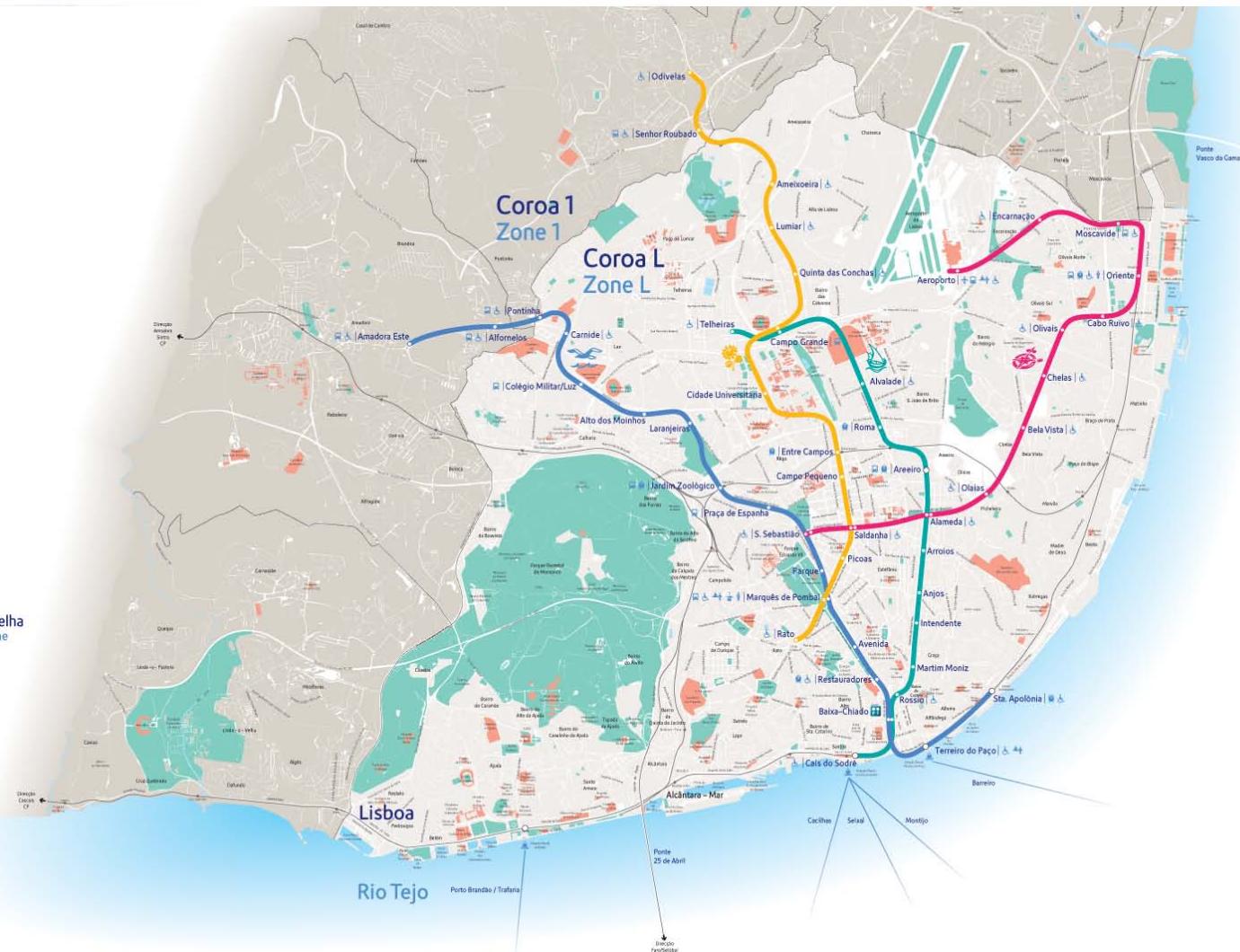
Carris e Metro Lisboa

# O nosso ADN



## Mapa da cidade

-  Aeroporto  
Airport
  -  Autocarro suburbano  
Suburban bus
  -  Barco  
Boat
  -  Comboio  
Railways
  -  Gabinete do Cliente  
Customer Service Office
  -  Mobilidade reduzida  
Step free
  -  Perdidos e achados  
Lost property
  -  Polícia  
Police
-  Linha Azul  
Blue line     
  Linha Amarela  
Yellow line     
  Linha Verde  
Green line     
  Linha Vermelha  
Red line



## Meios Operacionais, Materiais e Humanos

### Equipamentos em serviço

- 55 Estações
- 43,2 Km de linha
- 3 PMO's
- 338 Carruagens
- 236 Escadas/Tapetes rolantes
- 104 Elevadores
- 718 Canais de acesso
- 279 MAVT  
(máquina automática de venda de bilhetes)
- 78 MSAVT  
(máquina semiautomática de venda de bilhetes)
- 192 Espaços Comerciais
- 2075 Mupis

Comboios diários em circulação  
(hora de ponta manhã/tarde):

14/13 Linha Verde  
13/12 Linha Amarela  
13/12 Linha Azul  
8/8 Linha Vermelha

Comboios diários em circulação  
(corpo do dia):

8 Linha Verde  
8 Linha Amarela  
9 Linha Azul  
7 Linha Vermelha

## Core Business

Transporte Coletivo de passageiros.

## Missão

Prestar um serviço de Transporte Público de Passageiros, em modo Metro, orientado para o cliente, promovendo a mobilidade **sustentável**.

## Visão

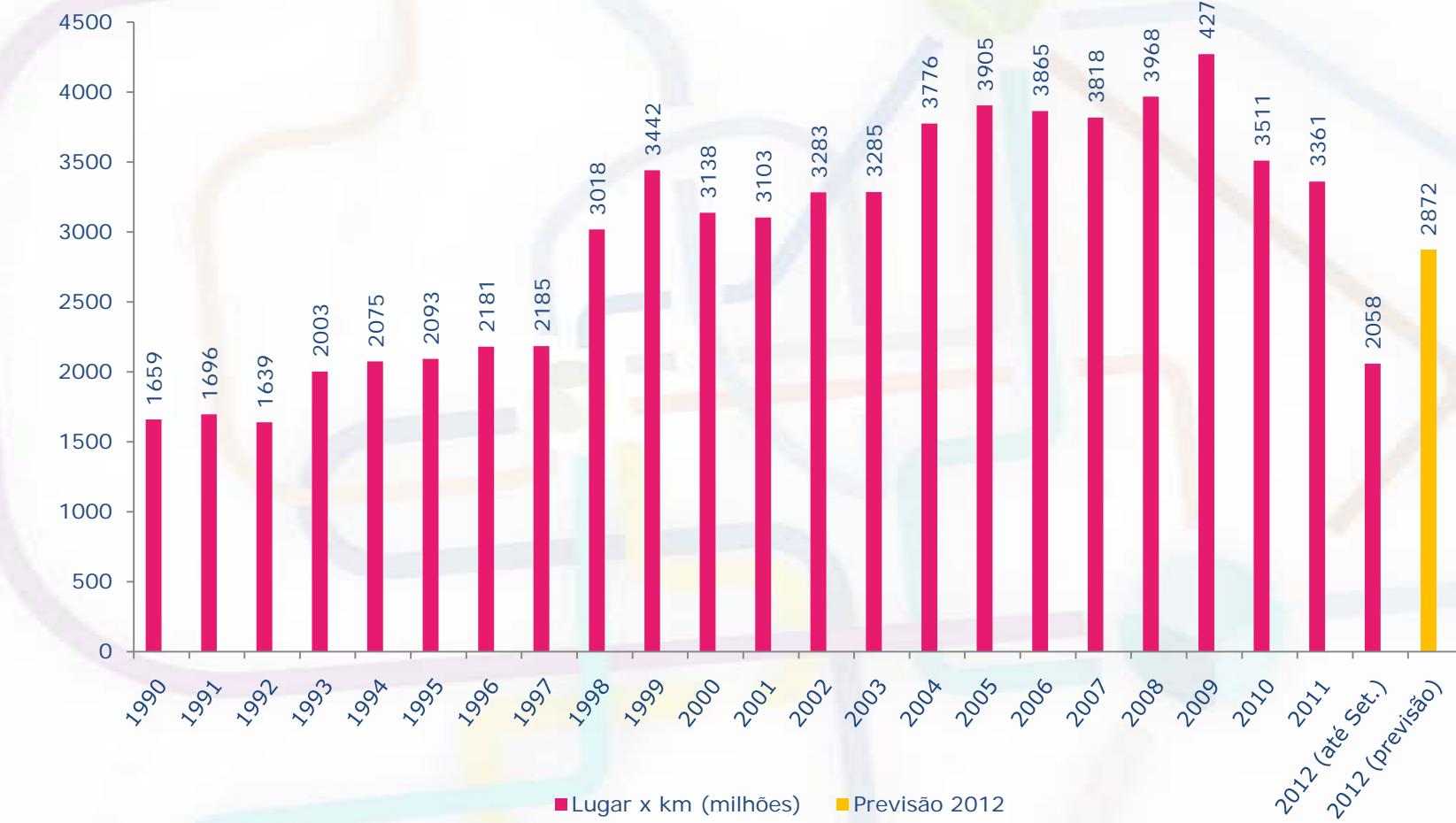
Ser o operador de transporte público, estruturante e garante da mobilidade urbana de Lisboa, segundo os melhores padrões de qualidade, segurança e eficácia económica, social e ambiental.

## Os valores Metro

- **Inovação e Desenvolvimento**
- **Responsabilidade** Ambiental, Social e Económica
- **Qualidade**
- **Rigor e Integridade**
- **Competência e Segurança**

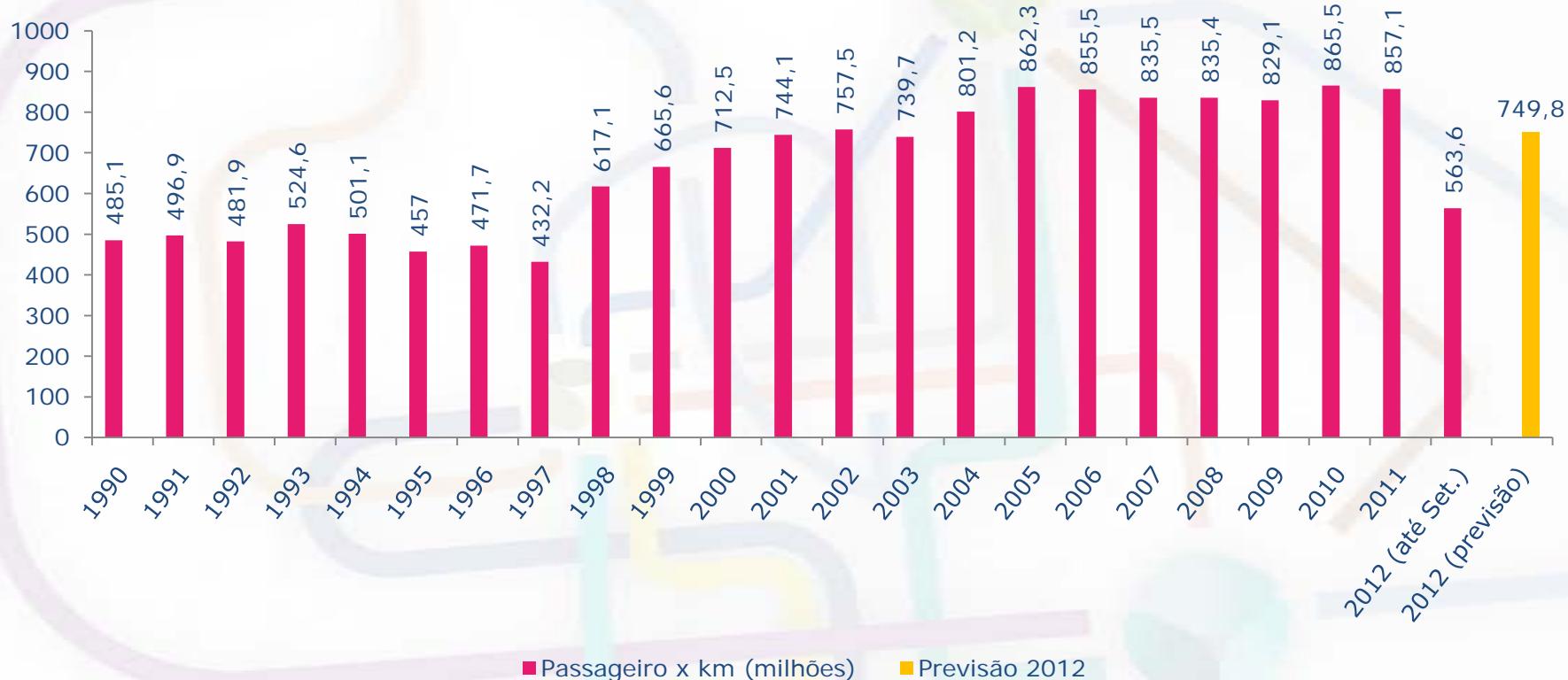
# O nosso ADN

## Oferta Metro



# O nosso ADN

## Procura Metro



## Objetivos

- Foco no **cliente**;
- Reposicionar a **marca** e **valorizar** o **Transporte Público**;
- Criar **empatia** entre o cliente e a Empresa;
- Implementar novo **modelo tarifário** promovendo a **integração intermodal**;
- Criar produtos **inovadores**, adequados ao mercado;
- Desenvolver ações dinamizadoras da **imagem** Institucional;
- Melhorar a **acessibilidade** no Transporte Público.

# Conhecer os Clientes - Caraterização



**Ser parte  
integrante  
da vida do nosso  
cliente**

# Conhecer os Clientes - Caraterização

## Sexo:

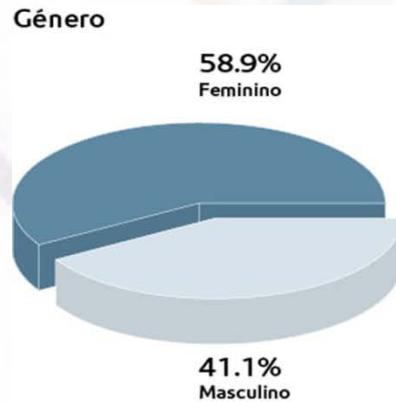
- Masculino (41,1%);
- Feminino (58,9%).

## Grupo Etário predominante:

- 15-34 anos

## Classe social:

- C1;
- C2;
- D;
- Alguma freq. A/B.



## Motivações principais para a escolha do Metro:

- Segurança;
- Rapidez.

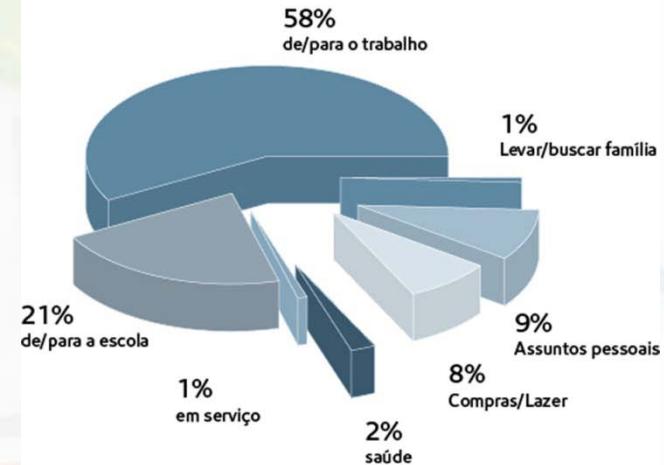
## Parâmetros de escolha:

- Funcionalidade;
- Rapidez e tempo de espera;
- Área de abrangência;
- Confiança;
- Qualidade de serviço.

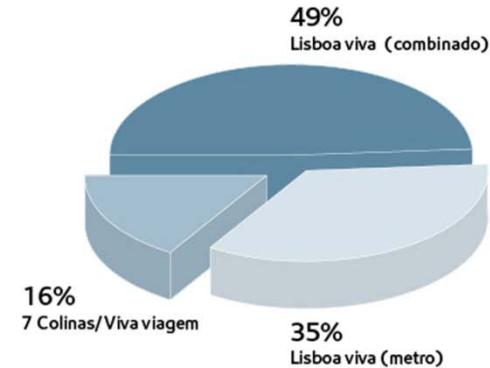
# Conhecer os Clientes - Caraterização



Motivo da viagem



Título de transporte



## Como nos vêem os Clientes

Como o melhor modo de transporte público da AML  
(baseado no estudo ECSI 2011)

### Porque:

- Apostamos na inovação e qualidade dos nossos serviços.
- Oferecemos soluções que visam superar as expetativas dos nossos clientes.
- Trabalhamos no sentido de antecipar e responder proativamente às necessidades do mercado e dos cliente.

### Como:

Através da melhoria da capacidade, qualidade e fiabilidade do nosso préstimo.

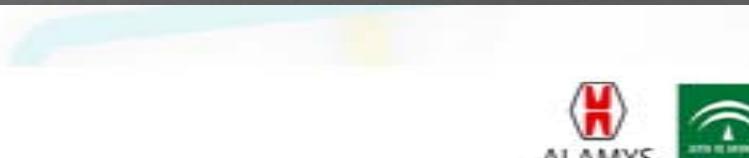
# Conhecer os Clientes - Caraterização

## Evolução dos passageiros





**Valorizar o espaço, valorizar a rede  
Mais valor para o cliente**

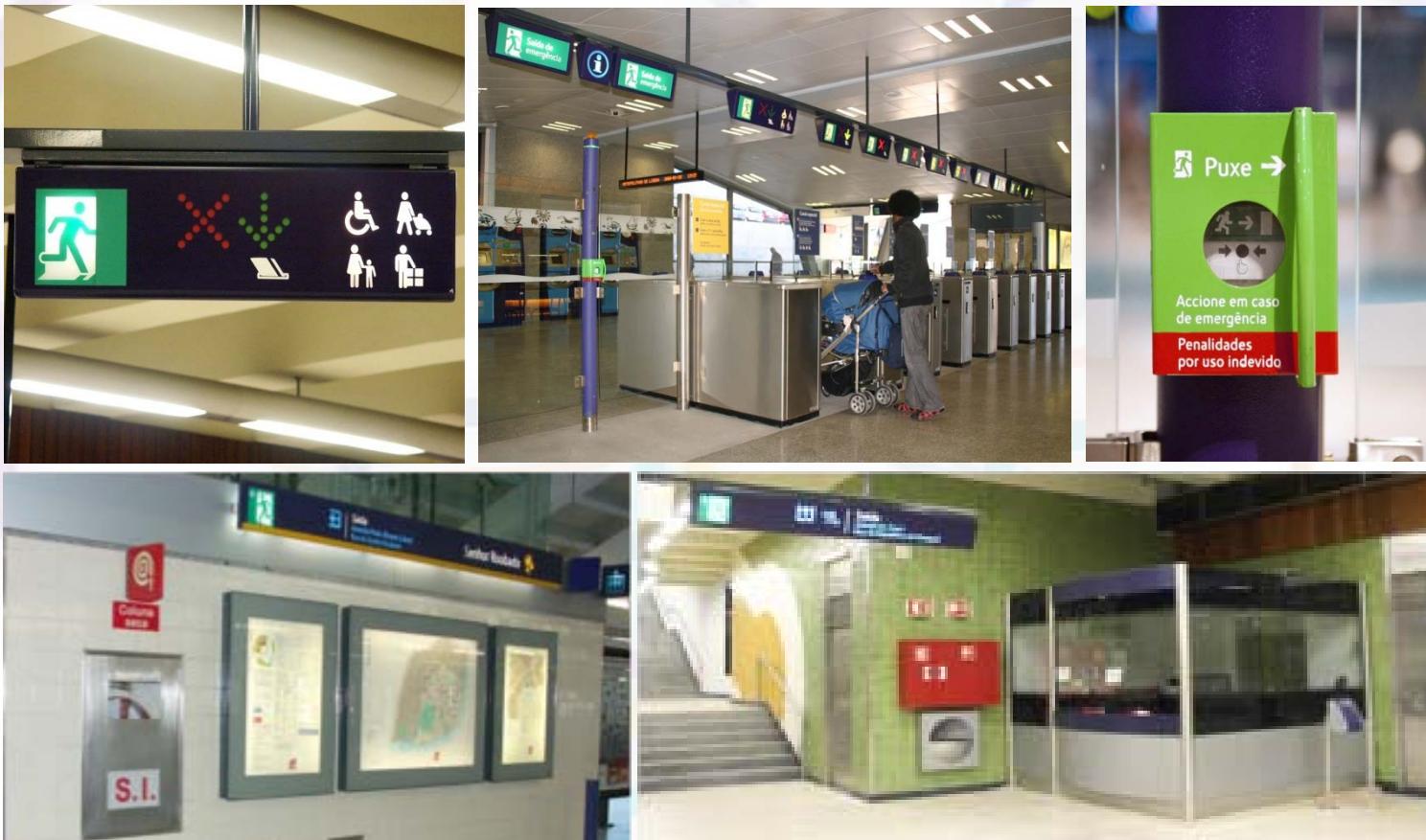


# Mais Inovação

mais  
eficiência

# Valorização do espaço

## Melhor informação, sinalética e mobiliário



# Valorização do espaço

## Bilhética e Inovação



• Telebilhética



• Cartão de Crédito  
(inicio Dez. 2013)



# Valorização do espaço

Novas estações, com elevada dimensão estética



• Estação Aeroporto



# Dinamização do espaço

## Maratona Fotográfica





## Festival Música a Metro





## Eventos Baixa-Chiado PT Bluestation





Valorizar a Comunicação  
para aumentar a receita

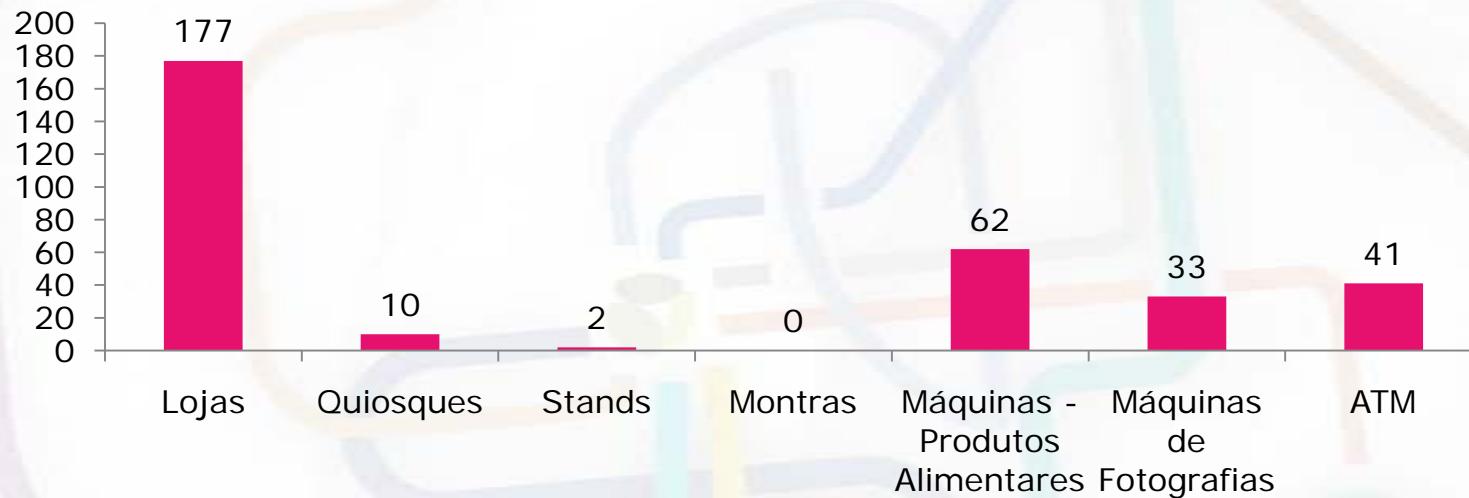


# Receita e sustentabilidade

## Espaços Comerciais



## Espaços comerciais na rede



# Receita e sustentabilidade

## Dinamização e recuperação de espaços da empresa





## Eventos





# Receita e sustentabilidade

## Naming





# Receita e sustentabilidade

## Auditório do Metro Lisboa



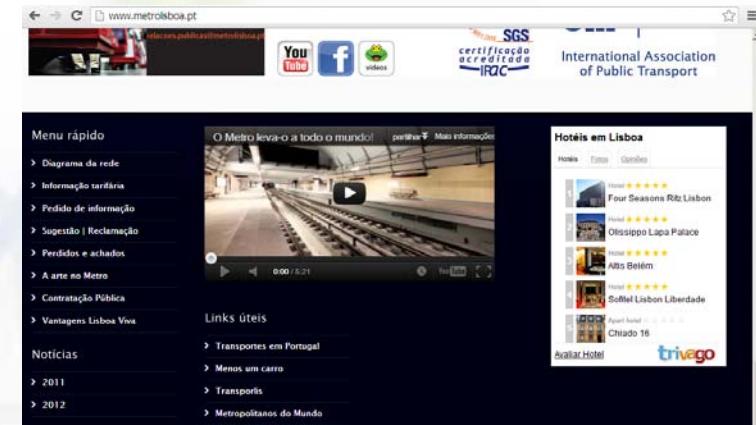
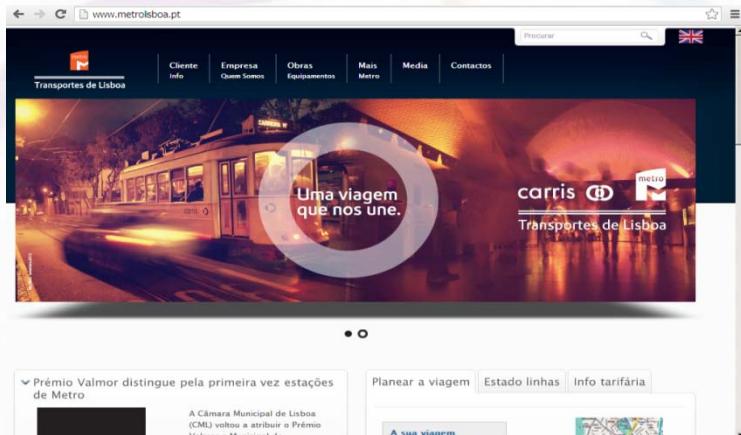


## Publicidade nas estações



# Receita e sustentabilidade

## Publicidade no Site metro



## Visitas Guiadas





# Receita e sustentabilidade

## Aplicação Smartphone (lançada em Abril 2012)



Downloads	Nº
iOS	25 934
Android	9 485
Total	35 419





## Bilhética - Introdução de publicidade numa das faces do cartão Viva Viagem.





## Projetos em estudo

- Sistema de mensagens via bluetooth
- Sistema de SMS
- Wi-fi em todas as estações e comboios
- Painéis interactivos de informação



# Metro, uma viagem com valor

Gracias por su atención  
Grato pela atenção  
Thanks for your attention

José Manuel Silva Rodrigues

[silva.rodrigues@metrolisboa.pt](mailto:silva.rodrigues@metrolisboa.pt)