



Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos

El cliente en el centro de una
movilidad de calidad



El cliente en el centro de una movilidad de calidad

De usuarios a protagonistas: Una sociedad cambiante



Principales cambios sociales actuales



Envejecimiento de la población



Diversificación de perfiles y estilos de vida



Digitalización y nuevos hábitos de relación



Transformaciones en la estructura urbana y socioeconómica



Conciencia ambiental y cambio de valores



Conocer para adaptar: hacia una movilidad personalizada

Es clave acercarse al cliente y convertir esta relación en la base para construir un transporte más adaptado a sus necesidades.

Conocer para adaptar: hacia una movilidad personalizada

Para acercarnos al cliente debemos:



INVESTIGAR

"No se puede mejorar lo que se desconoce"

- Identificar arquetipos y segmentos
- Analizar comportamientos, motivaciones y patrones de desplazamientos
- Basar las decisiones en datos, no solo en percepciones

ESCUCCHAR

"La escucha activa transforma datos en conocimiento y empatía"

- Recoger la voz del cliente en todos los puntos de contacto
- Integrar feedback continuo: encuestas, redes, atención al cliente, focus groups
- Convertir cada interacción en una oportunidad para aprender

ENTENDER

"Escuchar es bueno; comprender, esencial."

- Traducir la información en insights accionables
- Detectar barreras invisibles en la experiencia de viaje
- Comprender el contexto social, emocional y funcional del desplazamiento

APLICAR

"El conocimiento transforma la forma en que diseñamos y operamos."

- Incorporar la visión del cliente en la planificación, la comunicación y la operación
- Diseñar soluciones adaptadas a las necesidades reales de los clientes
- Evaluar continuamente el impacto de las mejoras en la experiencia real del usuario





Poner al cliente en el centro: la brújula de un transporte con propósito

Poner al cliente en el centro de nuestras decisiones no solo mejora el servicio: **redefine la movilidad como una experiencia humana, conectada y con propósito.**

Esta orientación nos impulsa a:

Inspirar confianza

La relación con el cliente se convierte en una alianza: cercanía, transparencia y coherencia en cada contacto.

1

Elevar calidad

Escuchar al cliente nos permite priorizar lo que realmente importa, optimizando recursos y mejorando la percepción del servicio.

2

Transformar la movilidad

Cada viaje puede ser una oportunidad para generar valor, satisfacción y orgullo de uso del transporte público.

3

Conectar con propósito

Conectar con propósito es integrar la visión del cliente en cada decisión que tomamos.

4

