



Alamys

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

La **orientación al cliente** ha dejado de ser una opción para convertirse en **una necesidad estratégica**.

La sociedad evoluciona a un ritmo cada vez más alto y es por ello las organizaciones deben estar más cerca que nunca de los clientes para ofrecerles un servicio que cubra sus necesidades y satisfaga sus expectativas.

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



## ESCUCHAR

*“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



