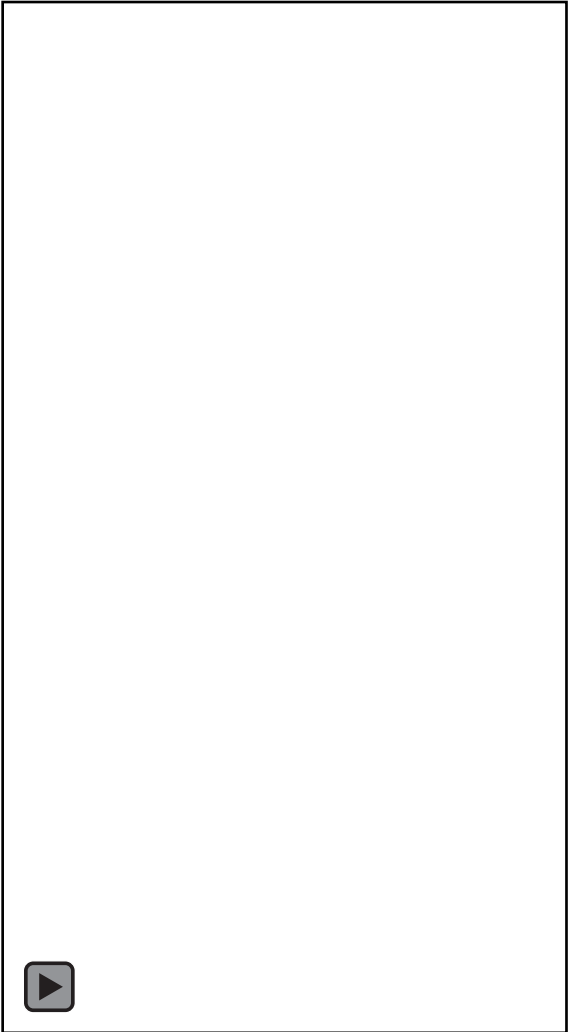


De la operación al corazón del pasajero

Blanca Victoria Sarria Salcedo

38 Congreso Anual
Asamblea General de ALAMYS
16 al 20 de noviembre 2025 - Lima, Perú.

Situación Actual



Entorno complejo – Línea 1 Operando con Normalidad

Reportan alta demanda en la Línea 1 del Metro por paro de transportistas en Lima y Callao



Reportan alta demanda en la Línea 1 del Metro por paro de transportistas en Lima y Callao. Foto: ANDINA/Difusión.



Comunicado Oficial

Línea 1 del Metro de Lima informa que el servicio se brinda con normalidad en cada una de las 26 estaciones.

Sin embargo, debido al paro de transportistas estamos presentando una alta demanda en el servicio.

Pedimos a nuestros pasajeros que tomen sus precauciones y sigan las indicaciones del personal en las estaciones para mantener el orden.

Agradecemos su colaboración y comprensión.

Lima, 06 de octubre de 2025

Bajo esta realidad

¿Cómo hacemos para diseñar un viaje que satisfaga las necesidades de los pasajeros?



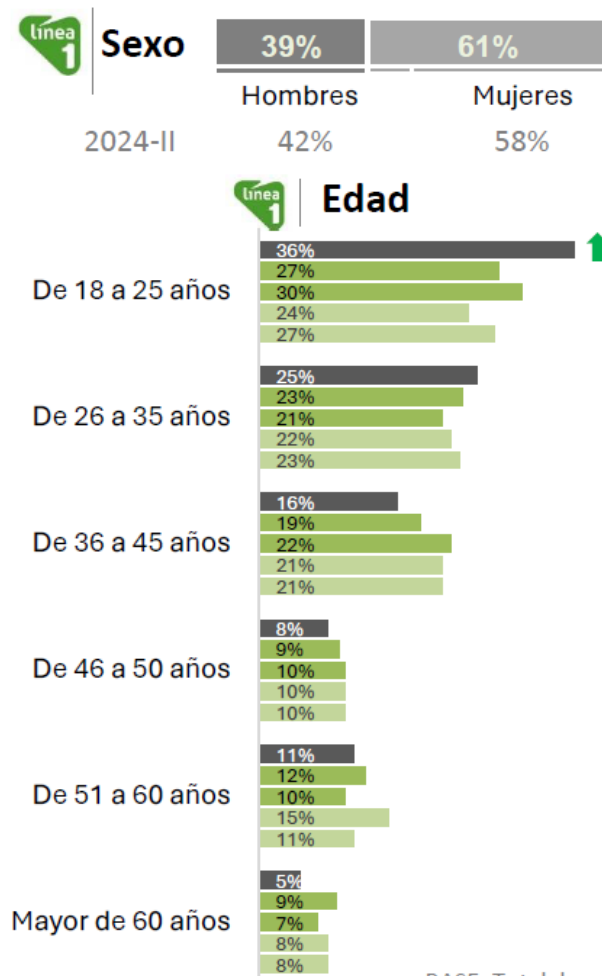
Paso cero

El conocimiento de los pasajeros es clave

- ¿Qué valoran?
- ¿Qué les duele?
- ¿Qué los motiva?
- ¿Cuáles son sus sueños?

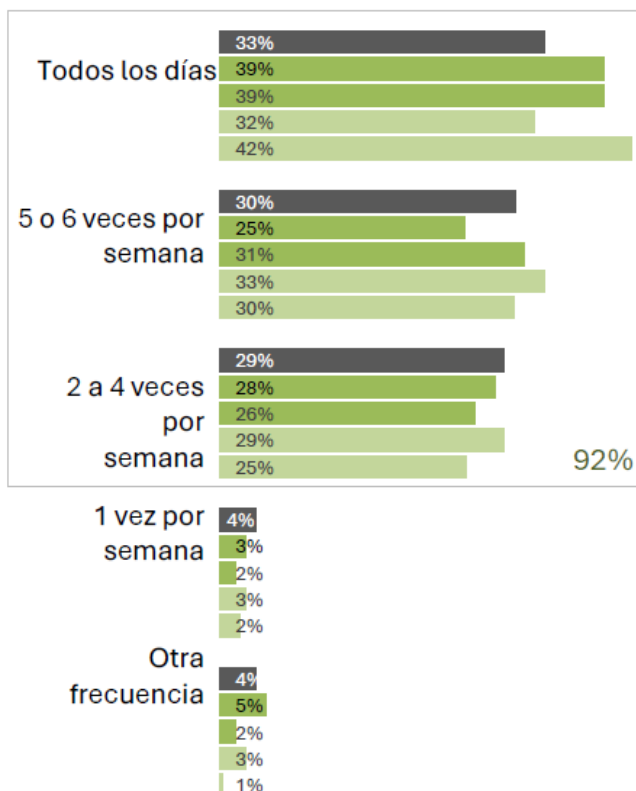


Perfil de Pasajero

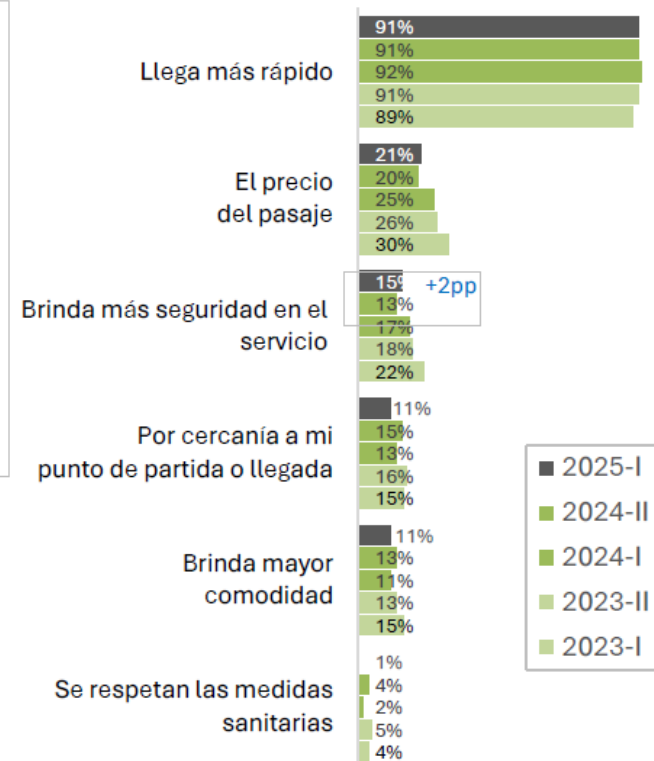


BASE: Total de encuestados (1,429)

Frecuencia de viaje



Motivos por los que usa este servicio y no otro



↑ ↓ Diferencia estadísticamente mayor/menor con respecto a la medición anterior

Arquetipos de Pasajeros

1 46% Chamberos

Usan el tren diariamente para ir a sus centros de labores, se esfuerzan para alcanzar posiciones de mayor responsabilidad y remuneración, les gusta trabajar en equipo y valoran el tiempo en familia.

Carlos

3 10% Estudiantes

Estudian y trabajan para poder pagar sus estudios, se caracterizan por su energía dinámica y positiva para hacer varias actividades, admiran a sus padres y a sus jefes por su trabajo y buenos consejos, aspiran a terminar su carrera y tener su propio emprendimiento online.

Jorge

2 36% Emprendedores

Usan el tren para movilizarse por toda la ciudad, de manera interdiaria, son sociables, dinámicos, perseverantes y están listos para reinventarse en cualquier momento, anhelan ser los mejores en sus negocios, así como lograr el capital para hacerlos crecer.

Maribel

4 9% Preferenciales

Han tenido que bajar el ritmo por un embarazo, por una lesión o por la edad, pero se preocupan por seguir siendo productivos y por el bienestar de su familia. Utilizan el tren en su mayoría por trabajo o negocios. Son entusiastas, voluntariosos y admiran a las personas que luchan por superar sus debilidades.

Rosa

Journey



HOY: Cumplimos

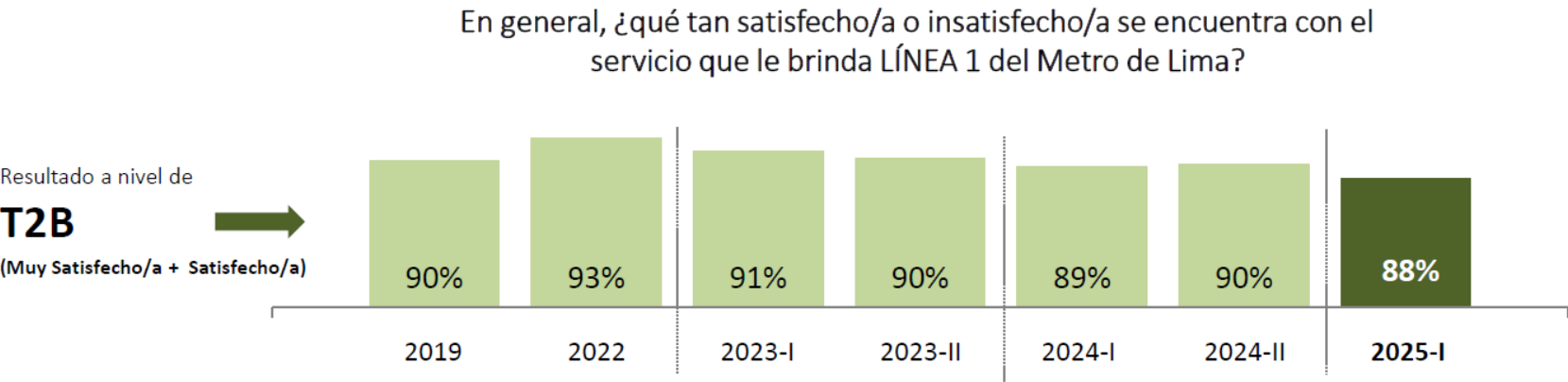
NIVEL DE SATISFACCIÓN DECLARADA



MADISON

TOTAL 2025 - I

El nivel de satisfacción general declarada con el servicio que brinda LÍNEA 1 – Metro de Lima logra mantenerse respecto a la medición anterior



2023: Estado de emergencia en el distrito de San Juan de Lurigancho
2022: En octubre el uso de mascarillas deja de ser obligatorio y se vuelve potestativo en transporte público
2022: En mayo el aforo se recupera al 100%

BASE: Total de encuestados (1,429)

↑↓ Diferencia estadísticamente mayor/menor con respecto a la medición anterior



Sin embargo, hay dolores en el viaje



Tiempos de espera



Inseguridad fuera de las estaciones

Por lo tanto... Nos retamos a rediseñar el viaje



El pasajero en el centro de las decisiones

El compromiso de todas las áreas de Línea 1 garantiza que el pasajero sea parte de las decisiones que se toman día a día.



El pasajero en el centro de las decisiones



La estación Angamos se iluminó de rosa



Módulo de orientación psicológica en la estación Cabitos

El pasajero en el centro de las decisiones

Línea 1 del Metro de Lima avanza hacia un transporte accesible y seguro en el Día Nacional de la Persona con Discapacidad

Con infraestructura adaptada y protocolos inclusivos, la Línea 1 del Metro de Lima se consolida como uno de los sistemas de transporte más accesibles del país.



▲ En el Día Nacional de la Persona con Discapacidad, la Línea 1 del Metro de Lima reafirma su compromiso con una movilidad accesible y segura.

Transporte accesible y seguro



Programa Aprende a Emprender

¿Cuál es el reto de DDNN y Comercial?

- Rediseñar una experiencia que potencia la conexión marca – pasajero
- Buscar la maximización de beneficios a nuestros pasajeros.



Marcas



Locales
Comerciales



Rediseño de la experiencia, genera impacto en los pasajeros...



Rediseño de la experiencia, genera impacto en los pasajeros...



En 2025 las marcas proyectan entregar aproximadamente

+92k tarjetas

Edición limitada

Las marcas han entregado más de **+40k botellas** de agua y gaseosa en 2025

Rediseño de la experiencia, genera impacto en los pasajeros...



+10k bolsas de cereal



+8k latas de bebidas



+3k productos de belleza



+2k latas de leche



+3k bolsas de merch



+3k útiles escolares



+6k utensilios de cocina y hogar



+280k botellas de Pro

Todo esto y mucho más por un valor aproximado de +USD 1,0MM en 2025

Ideas Claves

- Comprender al pasajero es la base para **diseñar experiencias que trasciendan la operación y generen valor social**
- El transporte urbano debe **ser inclusivo** y cada decisión que se tome debe considerar la accesibilidad, el bienestar y la seguridad como eje principal para el servicio.
- **Las alianzas estratégicas** fortalecen la sostenibilidad y la confianza de los pasajeros
- Una experiencia integral **genera lealtad, mejora la reputación y la sostenibilidad**
- Movilizar personas es fácil, **lograr que su experiencia sea única y nos prefieran es un reto de todos los días.**



Muchas gracias