



Nuevos negocios con innovación comercial

Edgar Ramírez Escudero
Gerente Comercial Línea 1 del Metro de Lima

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

¿Negocios alternativos al negocio de transporte de pasajeros?



Paso cero: Conocimiento del pasajero



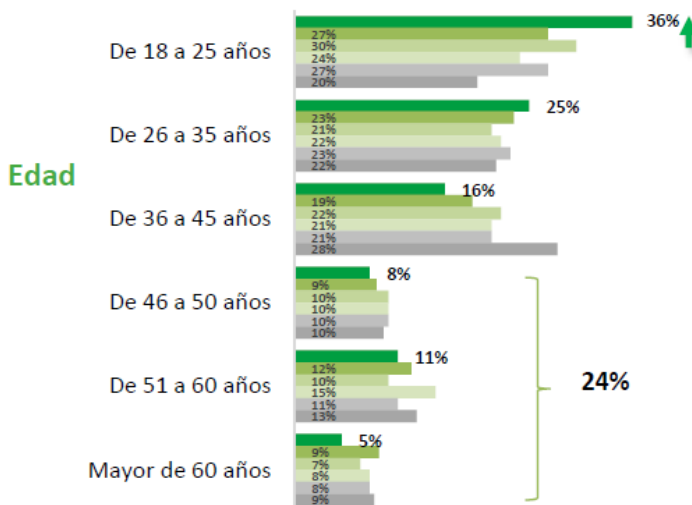
Conocimiento del pasajero

MADISON



PERFIL DEL PASAJERO

■ 2025-I ■ 2024-II ■ 2024-I ■ 2023-II ■ 2023-I ■ 2022



Genero

Hombres Mujeres

39% 61%



Chambero



Emprendedor



Estudiante



Preferencial

Base

(563)

(386)

(312)

(123)

Arquetipos

2025-I

2024-II

2024-I

2023-II

2023-I

2022-II

Total

Uso 2025-I: Sí
Preferencial
declarado

2024-II: Sí (15%)

2024-I: Sí (14%)

9%

7%

6%

3%

10%

11%

4%

1%

1%

60%

67%

63%

Horario de uso con mayor frecuencia

| | 2021 | 2022 | 2023-I | 2023-II | 2024-I | 2024-II | 2025-I |
|------------------------|------|------|--------|---------|--------|---------|--------|
| L-S 5:00 am – 10:00 am | 48% | 55% | 65% | 62% | 69% | 54% | 55% |
| L-S (resto del día) | 21% | 22% | 16% | 21% | 19% | 26% | 28% |
| L-S 5:00 pm - 08:00 pm | 24% | 21% | 17% | 13% | 10% | 14% | 13% |
| Fin de semana | 8% | 3% | 2% | 4% | 2% | 6% | 4% |

Condición
actual de
trabajo

2025-I

2024-II

2024-I

2023-II

2023-I

2022

69%

85%

87%

90%

87%

87%

7%

9%

8%

6%

9%

8%

5%

6%

5%

4%

4%

5%

■ Presencial ■ Semi-presencial ■ Teletrabajo

BASE: Total de encuestados (1,429)



Diferencia estadísticamente mayor/menor con respecto a la medición anterior

Pág. 9



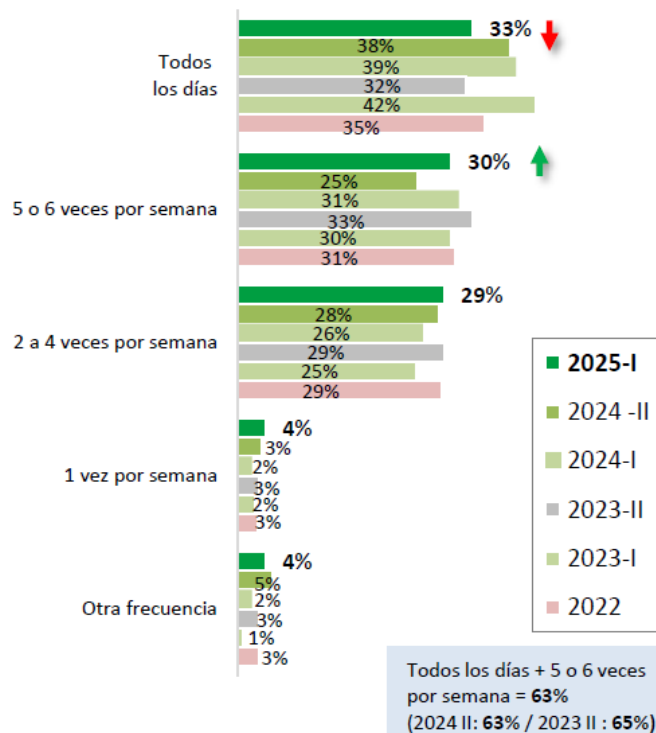
Conocimiento del pasajero

MADISON



PERFIL DEL PASAJERO

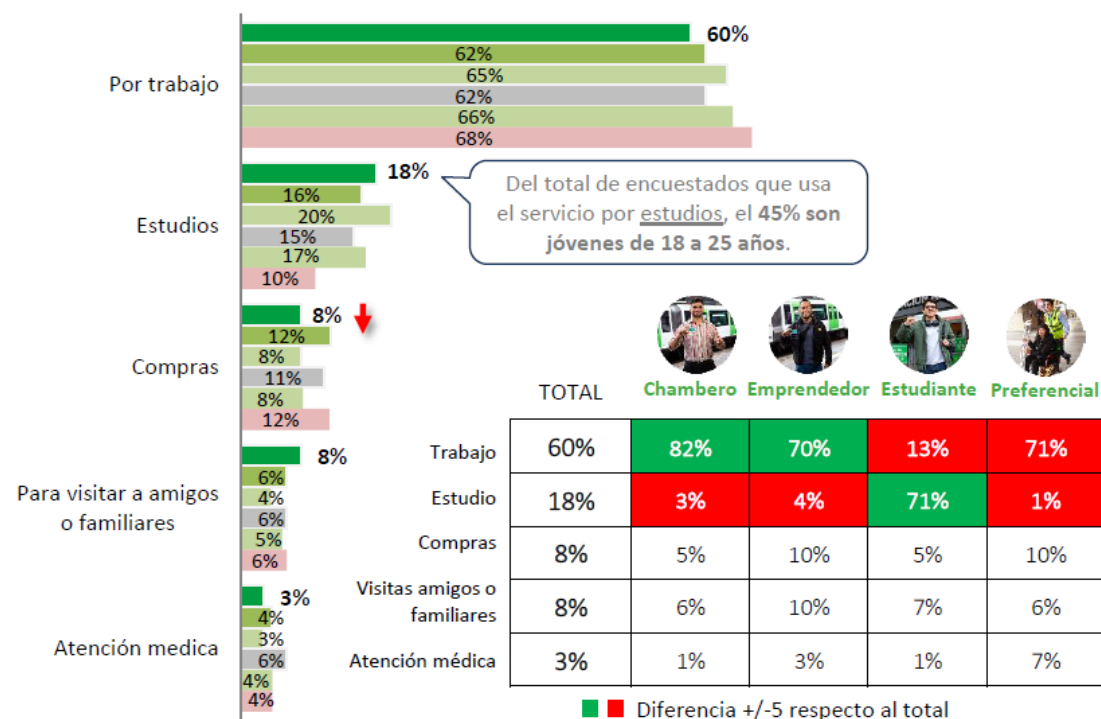
Frecuencia de viaje



P2. ¿Con qué frecuencia viaja usted en la LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA?

BASE: Total de encuestados (1,429)

Ocasiones de viaje



P1. Mayormente, ¿para qué ocasiones usted viaja en la LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA?



Diferencia estadísticamente mayor/menor con respecto a la medición anterior

Pág. 10

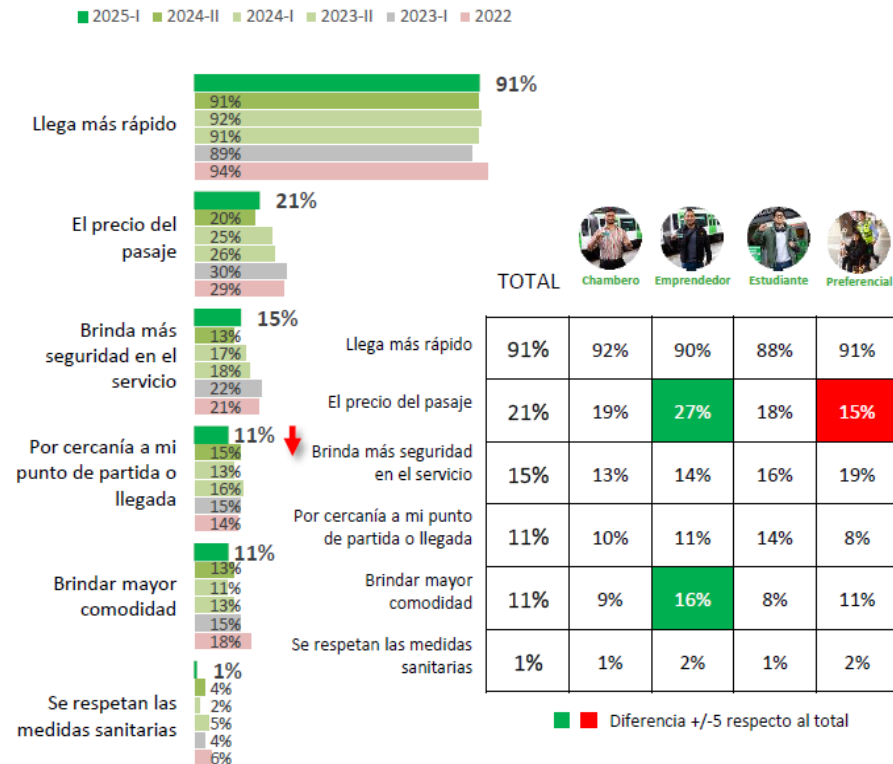
Conocimiento del pasajero

MADISON



PERFIL DEL PASAJERO: Uso del servicio

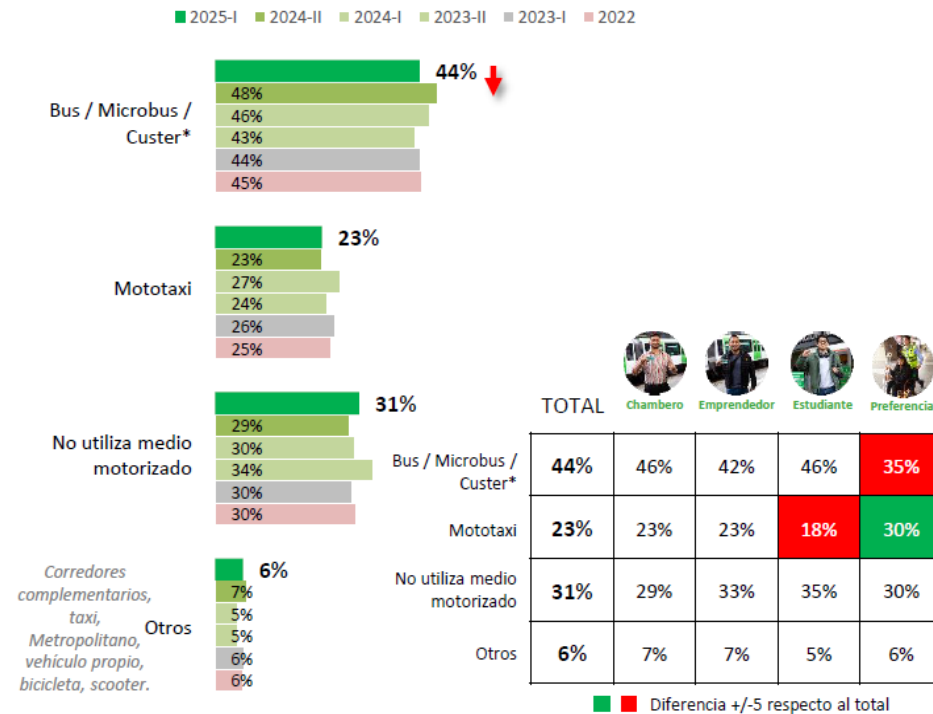
Motivos de uso del servicio y no otro



P3. ¿Cuál es la razón o razones principales por las que usted utiliza la LÍNEA 1 DEL METRO DE LIMA y no otro transporte para esas ocasiones de viaje?

BASE: Total de encuestados (1,429)

Medio usado para llegar a la estación



(*) Para la medición 2025, se incluyó combi en una sola opción junto a bus y microbús

P4. Por lo general, ¿qué medio(s) de transporte usa para llegar a la Estación?



Diferencia estadísticamente mayor/menor con respecto a la medición anterior

Pág. 11

¿Cuál es el reto Comercial?

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



Marcas



Locales
Comerciales



¿Cómo lo hacemos?



Conectamos el propósito de las marcas con el día a día de los peruanos.



Branding de trenes _ diseño de experiencia



Branding de pórticos exterior de estaciones



Coca Cola
Diciembre 2024



Fanta
Febrero 2025



Coca Cola
Abril 2025



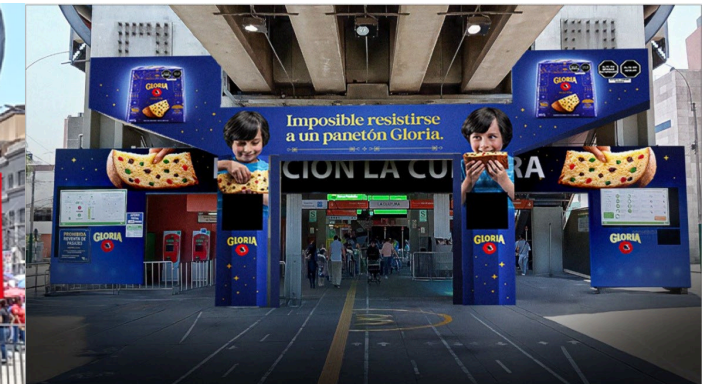
Inca Kola
Junio 2025



Coca Cola
Septiembre 2025



Coca Cola *Próximamente*
Diciembre 2025



Panetón Gloria - La Cultura (NEW) *Próximamente*
Diciembre 2025

Branding de tarjetas de acceso al sistema



Branding de tarjetas de acceso al sistema

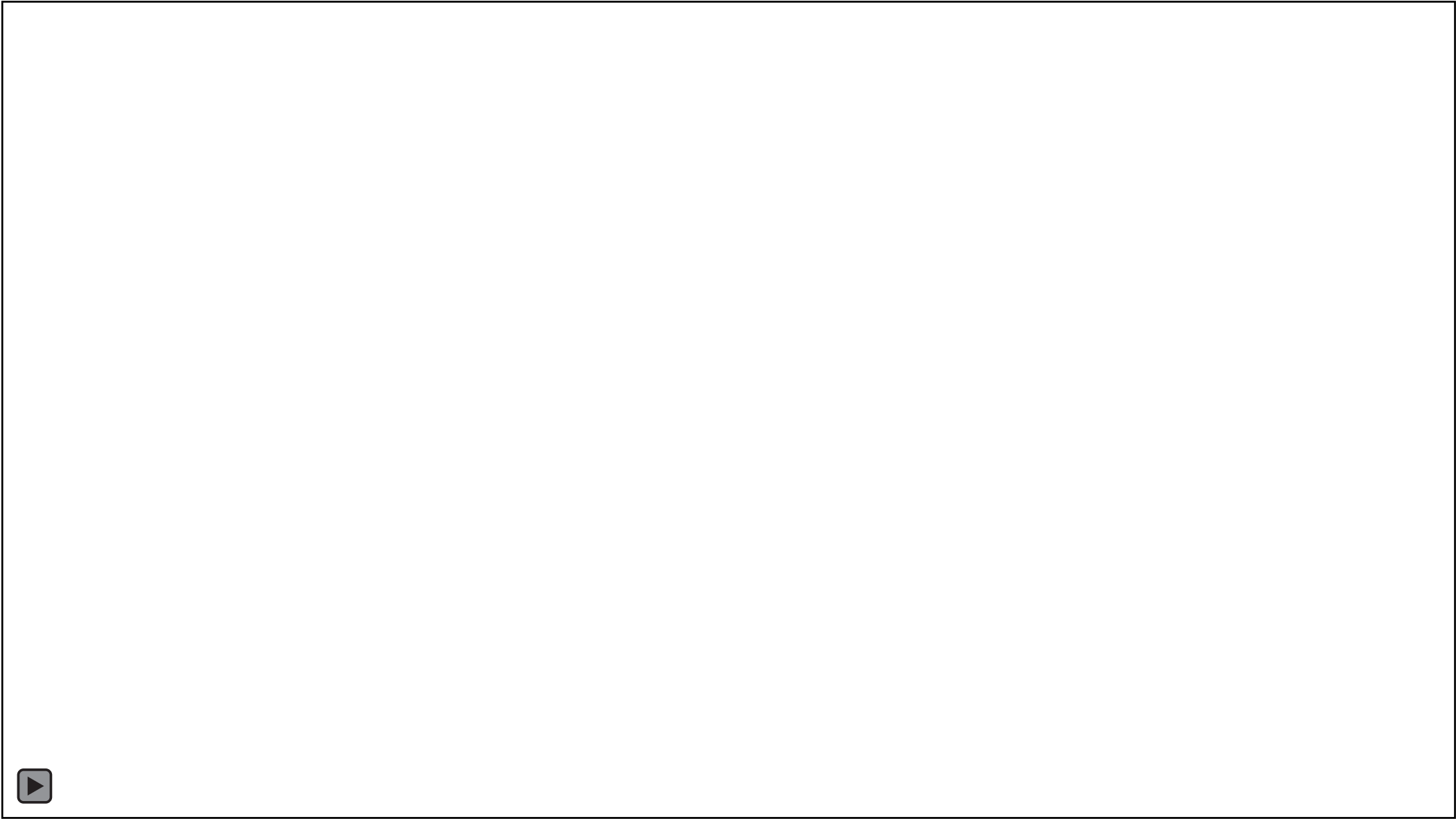


Branding de tarjetas de acceso al sistema

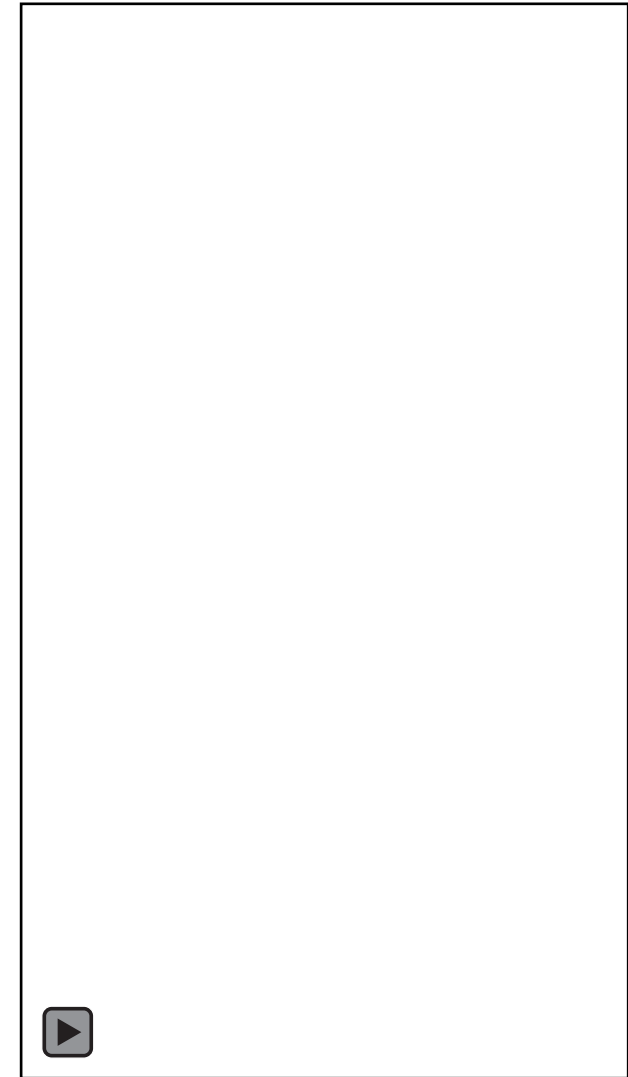
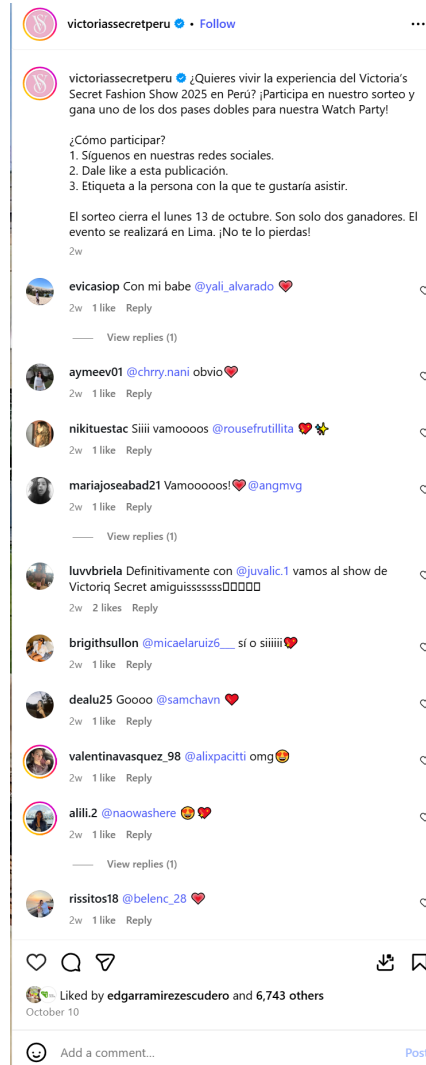


Primera transmisión radial en vivo desde estaciones





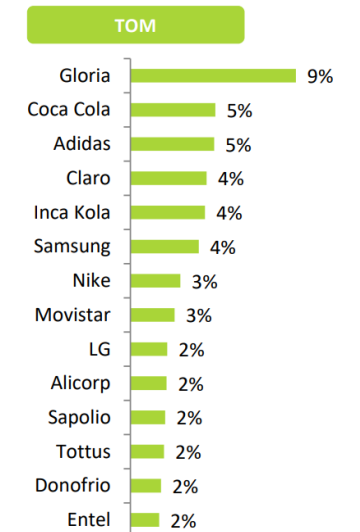
Casos de éxito



Casos de éxito



Casos de éxito



Total marcas mencionadas: 351

Casos de éxito



Inca Kola 90 años – 1k tarjetas
Enero 2025



Flashlyte
Febrero 2025



Coca Cola Vidrio – 1k Tarjetas
Marzo 2025



Comparte una Coca Cola – 1k
Tarjetas - Abril 2025



Inca Kola Fiestas Patrias – 1k
Tarjetas - Junio 2025



Coca Cola Star Wars – 1k Tarjetas
- Agosto 2025



Fanta Halloween Octubre
2025



Coca Cola Navidad – 1k
Tarjetas - Diciembre
2025

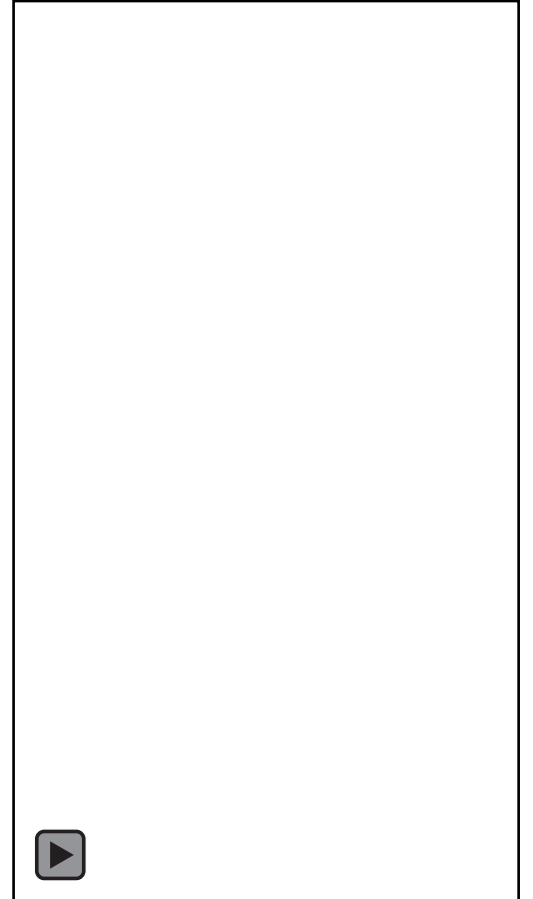
Casos de éxito



Lanzamiento desde patio de talleres en Villa El Salvador y módulo de experiencia en La Cultura



Sampling en Angamos



Casos de éxito



Conexión con más de 60 marcas...





Muchas gracias