



PROYECTO BEST:

La Experiencia de Barcelona

OBSERVATORIO DE LA MOVILIDAD
METROPOLITANA

Oviedo, 8 y 9 de marzo de 2005

Jorge Carles-Tolrà
Director Área Clientes

TMB



INDICE

- 1. ¿QUÉ ES EL PROYECTO BEST?**
- 2. AMBITO**
- 3. ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO BEST?**
- 4. ¿CUÁL ES LA FILOSOFÍA DEL PROYECTO BEST?**
- 5. MODELO DE BENCHMARKING**
- 6. ENCUESTA COMÚN**
- 7. GRUPOS DE TRABAJO**
- 8. ¿QUÉ ASPECTOS SE ANALIZAN EN EL PROYECTO BEST?**
- 9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?**
- 10. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS GLOBALES DE TMB PARA EL AÑO 2004**
- 11. GRUPOS DE TRABAJO**
- 12. CONCLUSIONES**



1.- ¿QUÉ ES EL PROYECTO BEST?

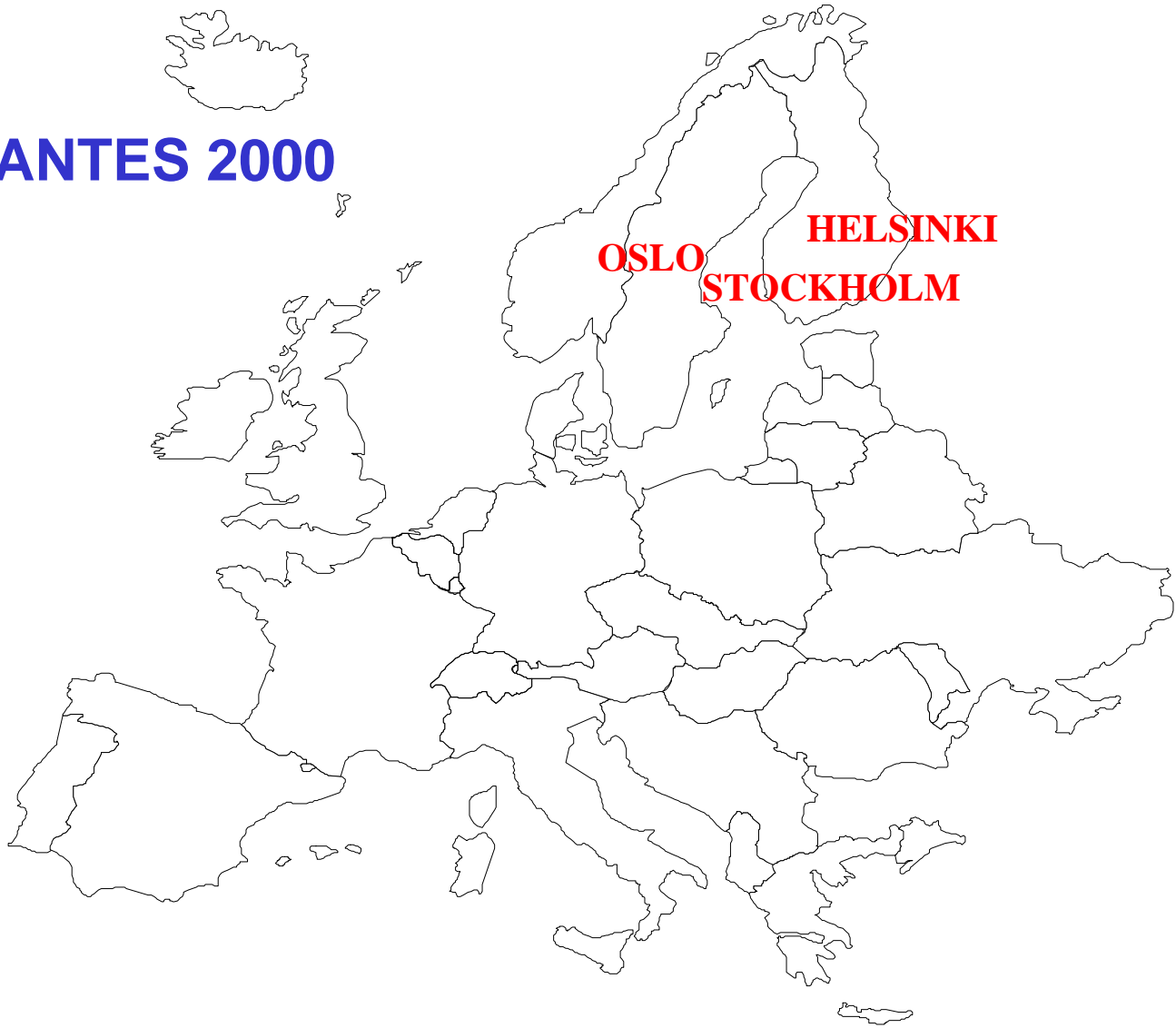
■ Benchmarking in European Service of Public Transport

Iniciativa de la Autoridad del Transporte Metropolitano de Estocolmo "Storstockholms Lokalt Trafik (SL) en el año 2000.



2. ÁMBITO

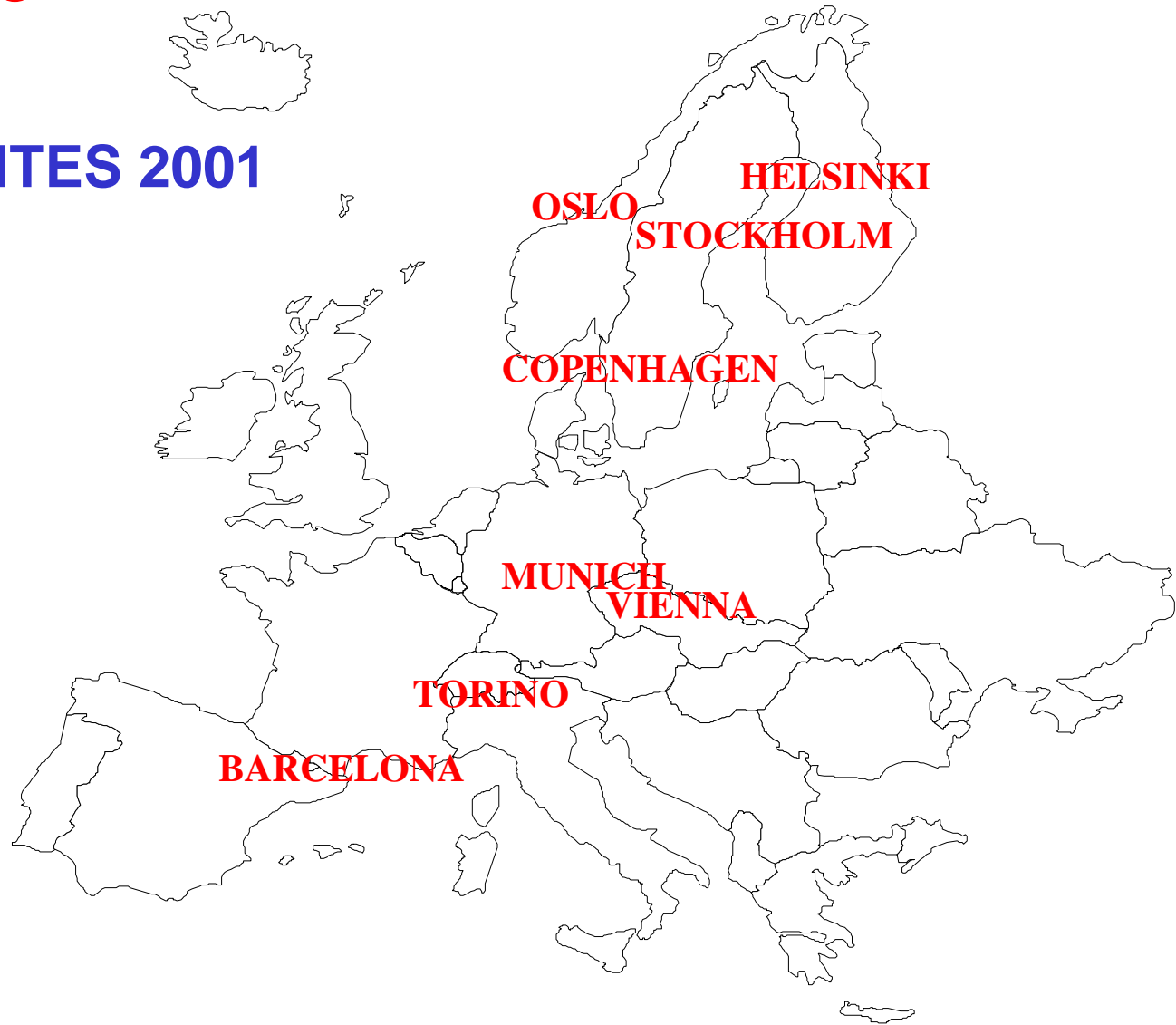
PARTICIPANTES 2000





2. ÁMBITO

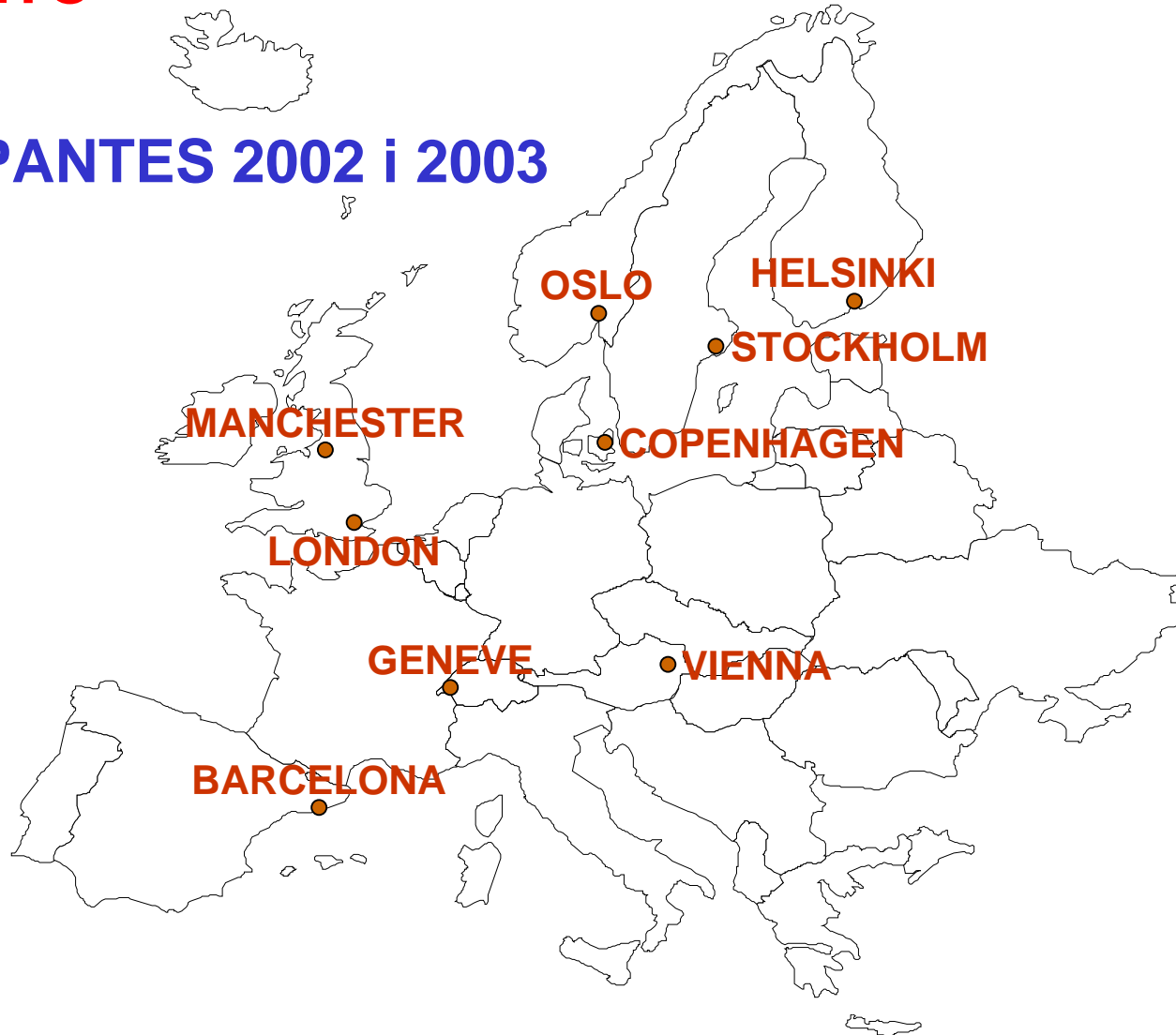
PARTICIPANTES 2001





2. ÀMBITO

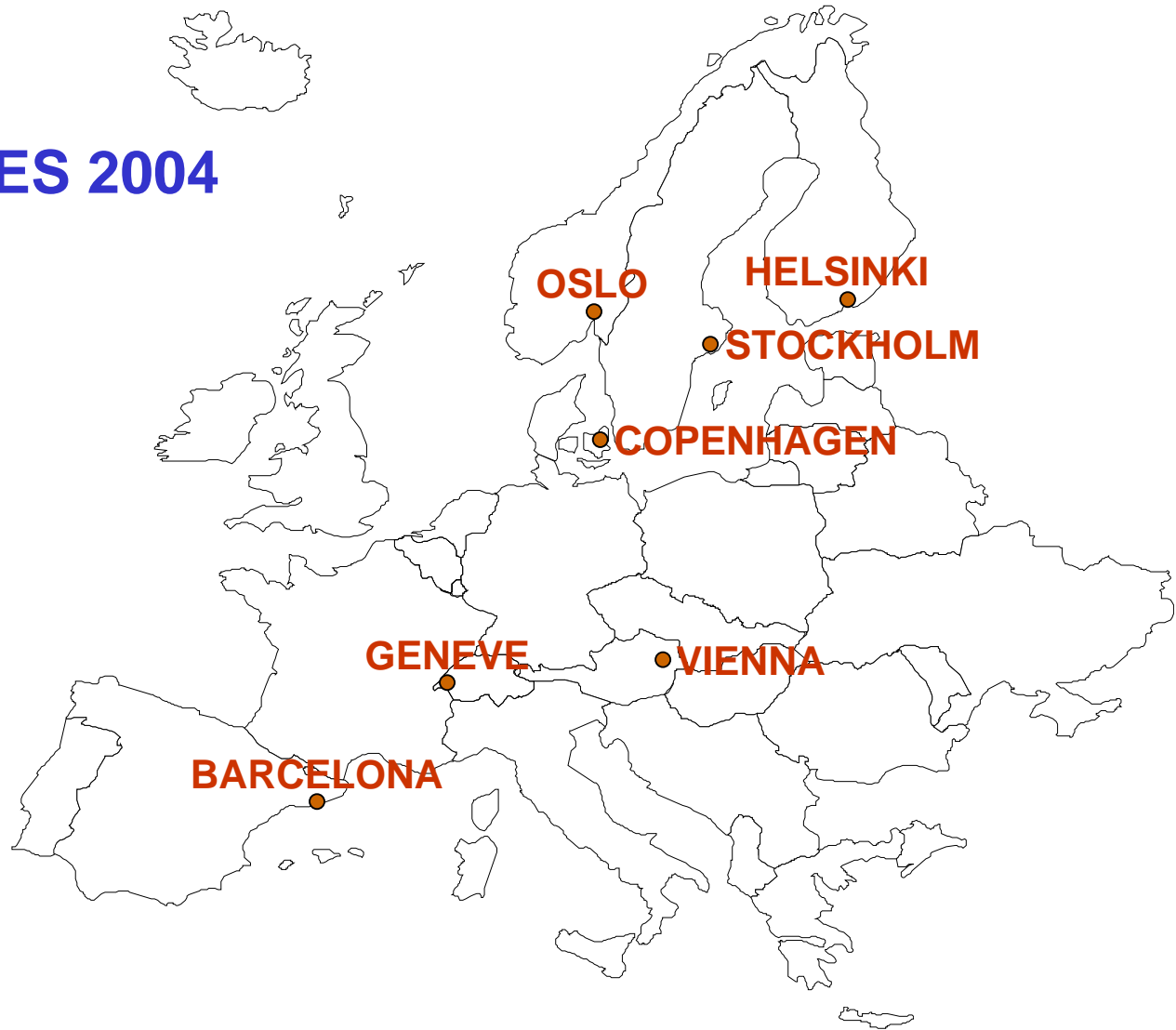
PARTICIPANTES 2002 i 2003





2. ÁMBITO

PARTICIPANTES 2004





3. ¿CUÁLES SON LOS OBJETIVOS DEL PROYECTO BEST?

- INCREMENTAR VIAJES
- DESARROLLAR ORIENTACIÓN CLIENTE
- CREAR UNA RED EUROPEA DE COLABORADORES
- CREAR UN PROCESO DE APRENDIZAJE



4. ¿CUÁL ES LA FILOSOFÍA DEL PROYECTO BEST?

■ MAYOR SATISFACCIÓN



MAYOR DEMANDA DE T.P.



NO USUARIOS DEL T.P.



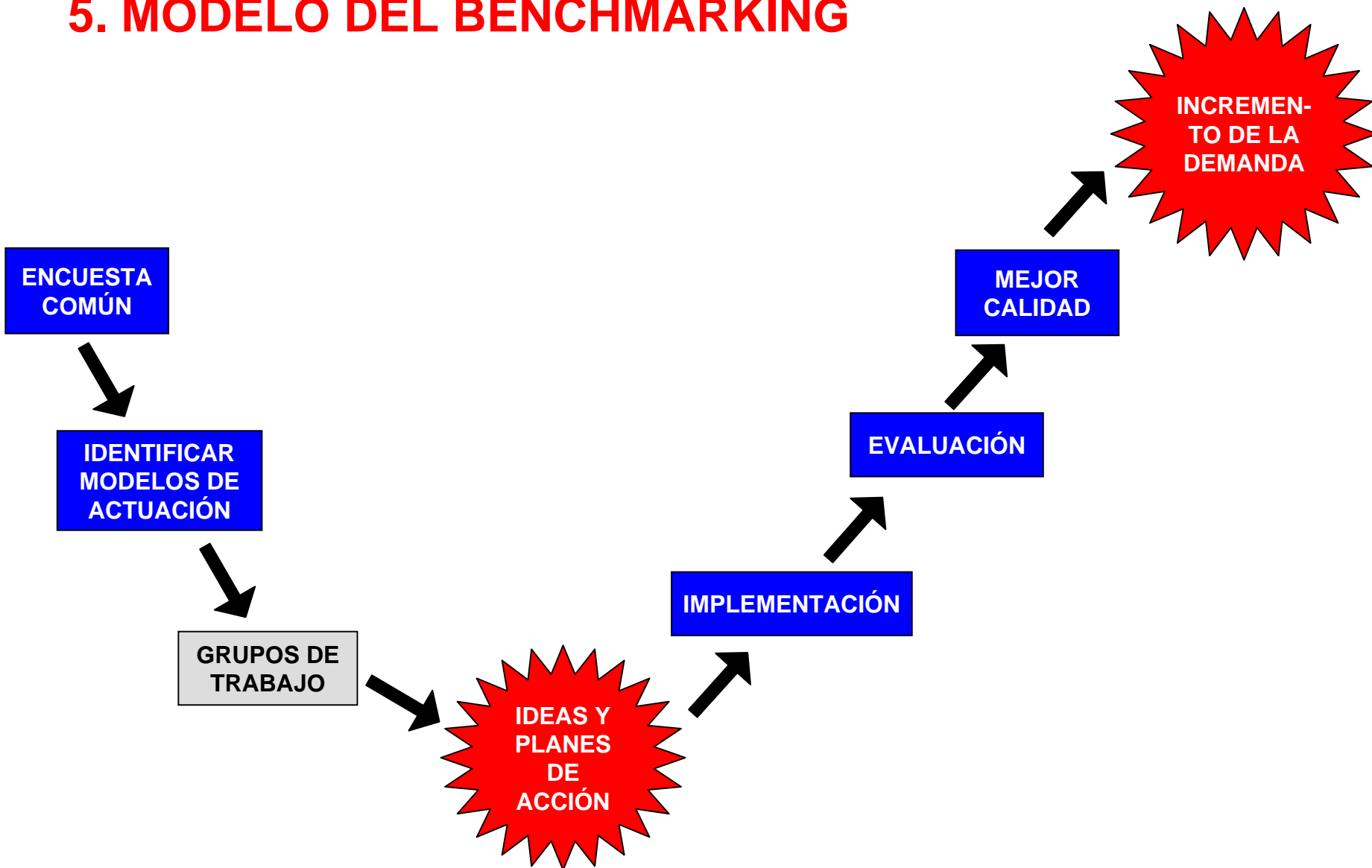
MAYOR USO DE T.P.

■ CONOCIMIENTO DE PRÁCTICAS EXITOSAS DE OTROS COLEGAS (BENCHMARKING)



HERRAMIENTAS DE MEJORA

5. MODELO DEL BENCHMARKING





6. ENCUESTA COMÚN

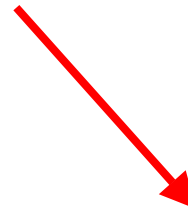
FICHA TÉCNICA:

- **Objetivo:** Identificar modelos de conducta de los Clientes
- **Universo:** ciudadanos de más de 15 años.
- **Ámbito (de Barcelona):** Aglomeración Central (35 municipios).
- **Técnica:** entrevista telefónica.
- **Distribución muestral:** proporcional población.
- **Selección muestra:** aleatoria entre los componentes del hogar.
- **Tamaño muestra:** 1.000 entrevistas ($E_{\text{máx.}} = \pm 3,2\%$).
- **Trabajo de campo:** realizado en Barcelona por el Instituto AREA INVESTIGACIÓN del 8 al 26 de marzo de 2004.



7. GRUPOS DE TRABAJO

COMPARAR PROCESOS Y ACTIVIDADES EN CADA ÁREA



MODELO DE CONDUCTA

POTENCIAL COMÚN DE MEJORA



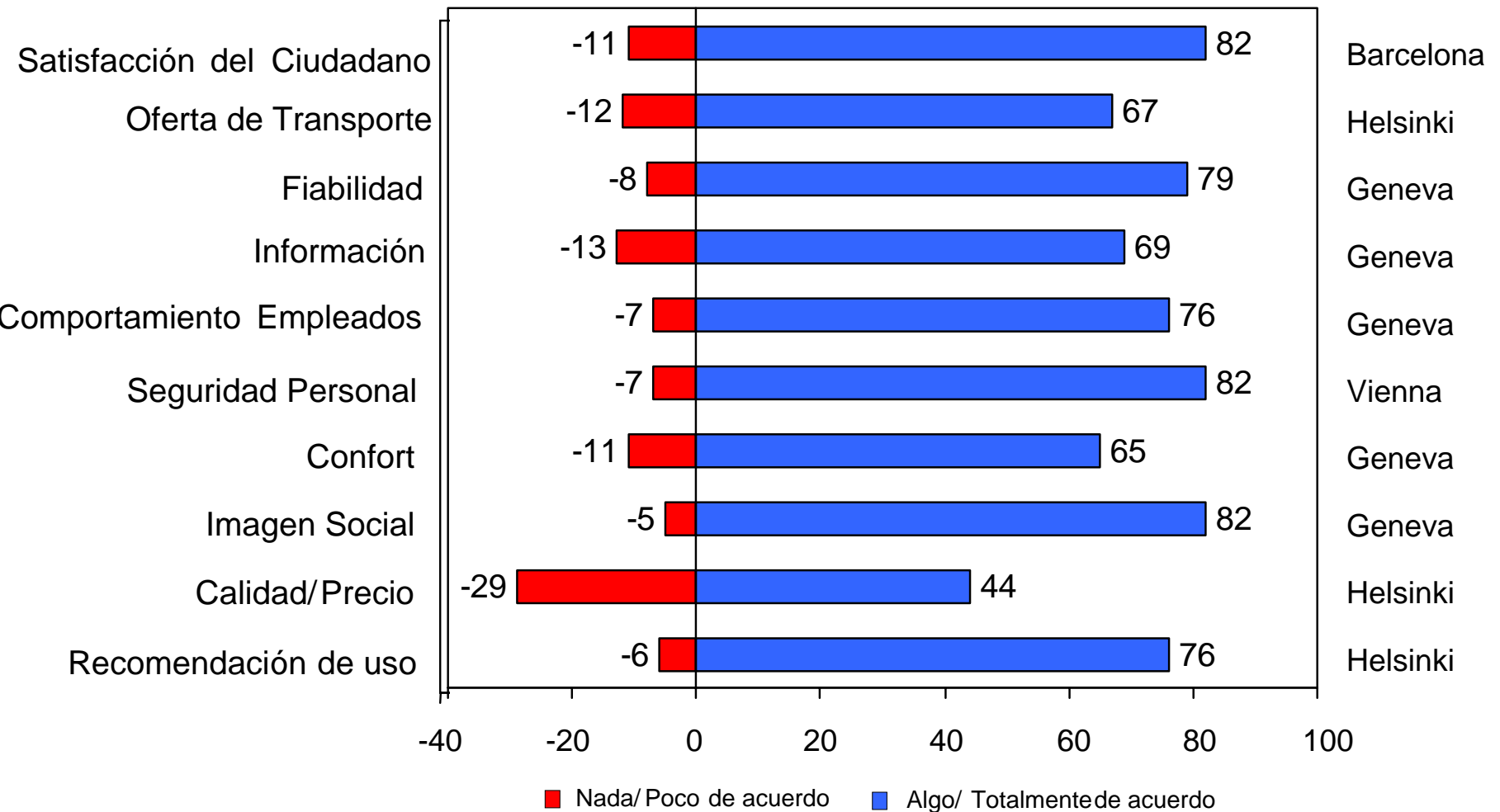
8. ¿QUÉ ASPECTOS SE ANALIZAN EN EL PROYECTO BEST?

1. SATISFACCIÓN DEL CIUDADANO
2. OFERTA DEL TRANSPORTE
3. FIABILIDAD
4. INFORMACIÓN
5. COMPORTAMIENTO EMPLEADOS
6. SEGURIDAD PERSONAL
7. CONFORT
8. IMAGEN SOCIAL
9. CALIDAD / PRECIO
10. RECOMENDACIÓN DE USO



9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

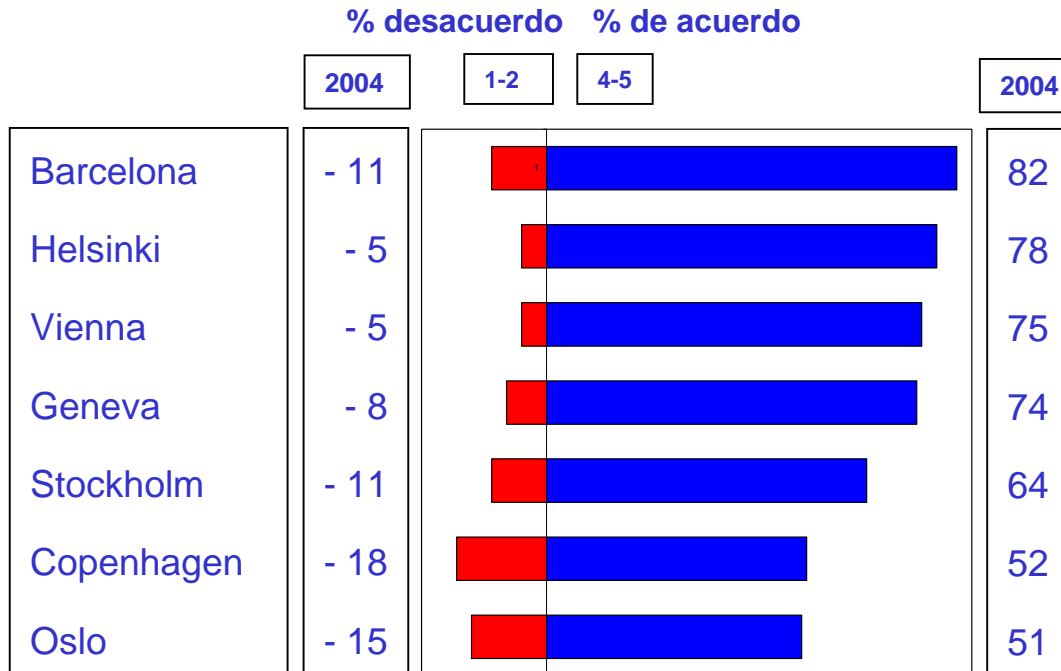
- La mejor Región de cada aspecto





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

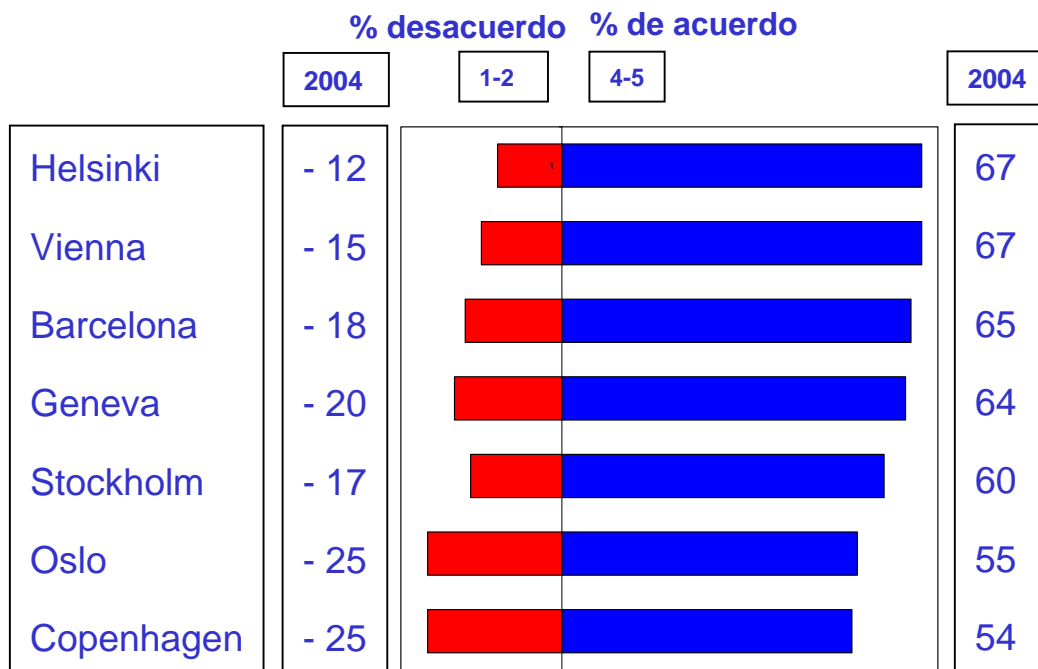
- **Satisfacción global del ciudadano:** ¿Hasta qué punto se siente satisfecho/a con el transporte público en general?





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

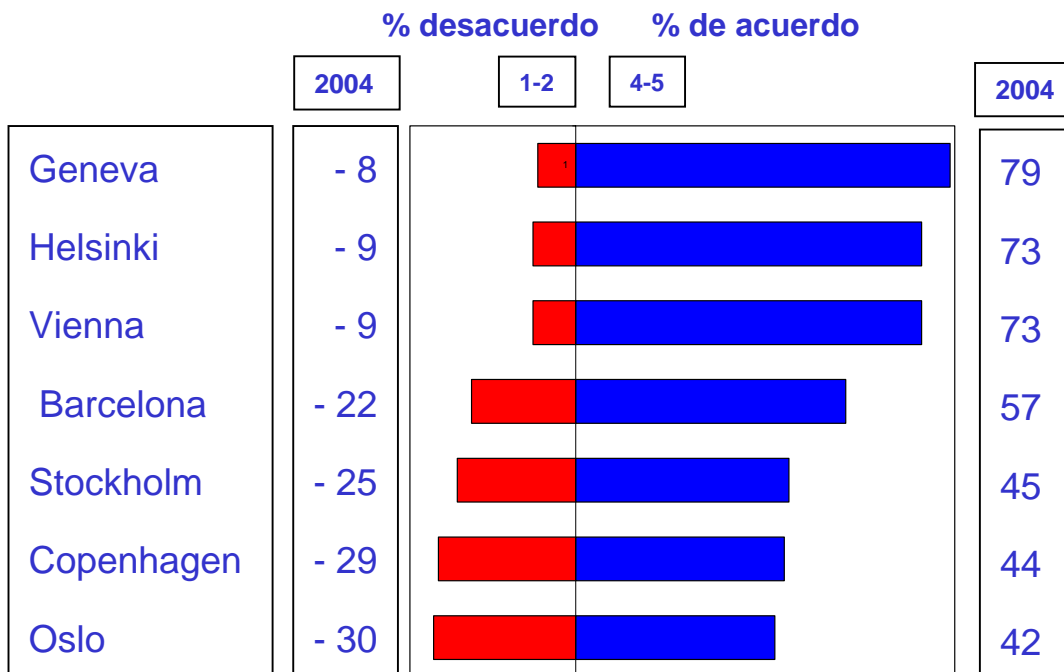
- **Oferta de transporte:** Este aspecto engloba el nivel de oferta (cobertura, idoneidad para los diferentes desplazamientos, frecuencia de paso, etc.) del sistema de transporte público en el ámbito del estudio.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

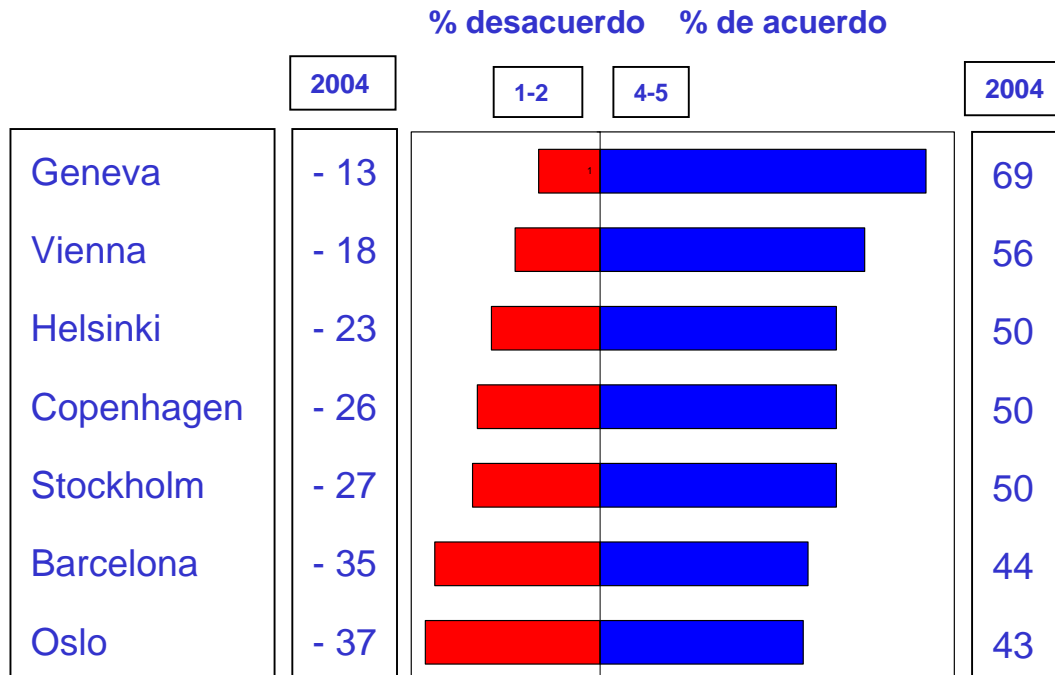
- **Fiabilidad:** Aspecto que explica el nivel de cumplimiento de los tiempos de paso de los diferentes modos del sistema transporte público.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

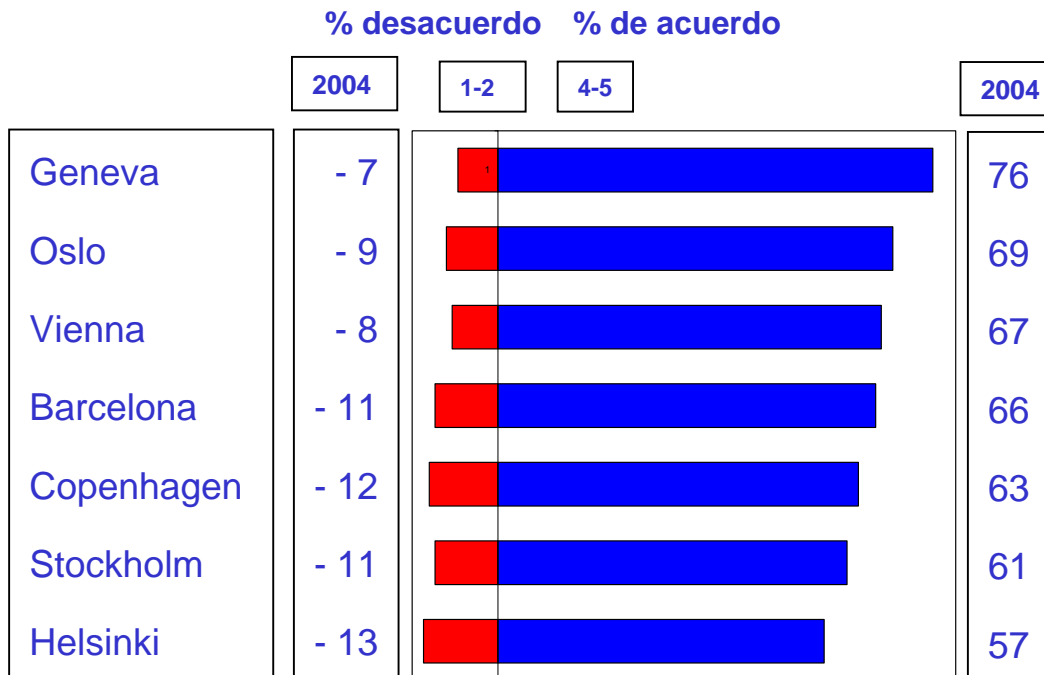
- **Información:** Aspecto que engloba el nivel de información escrita en las diferentes paradas y estaciones, la información que se da al cliente de cada modo y la existente en los diferentes modos de transporte (personalizada, guías, web, etc.).





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

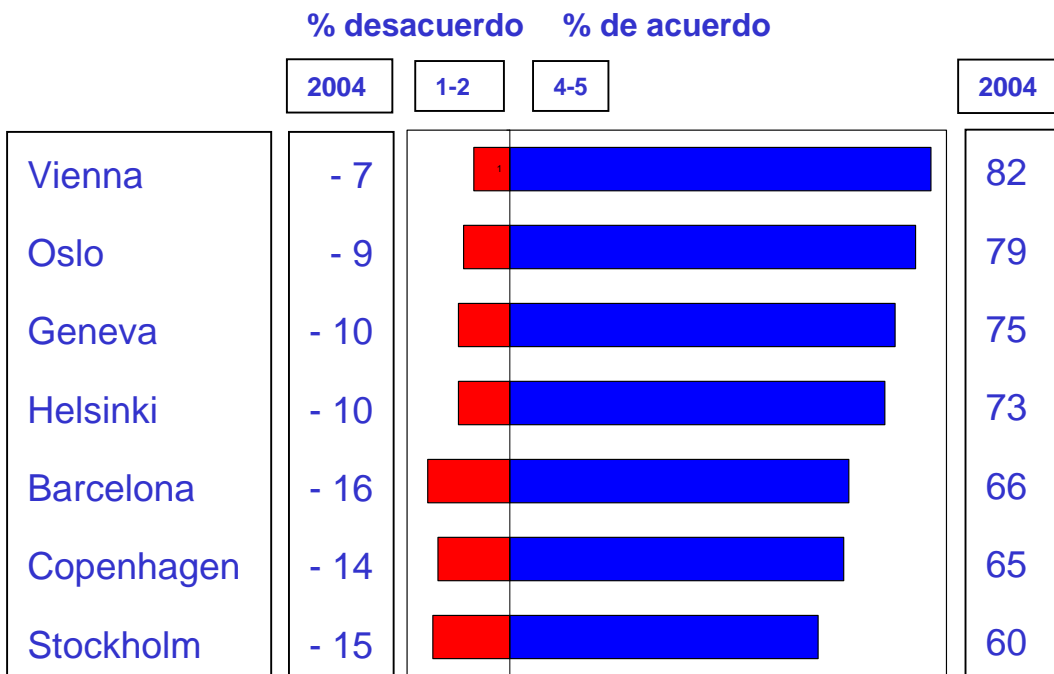
- **Comportamiento empleados:** Aspecto que engloba la respuesta de los empleados a determinadas consultas y su trato con el cliente.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

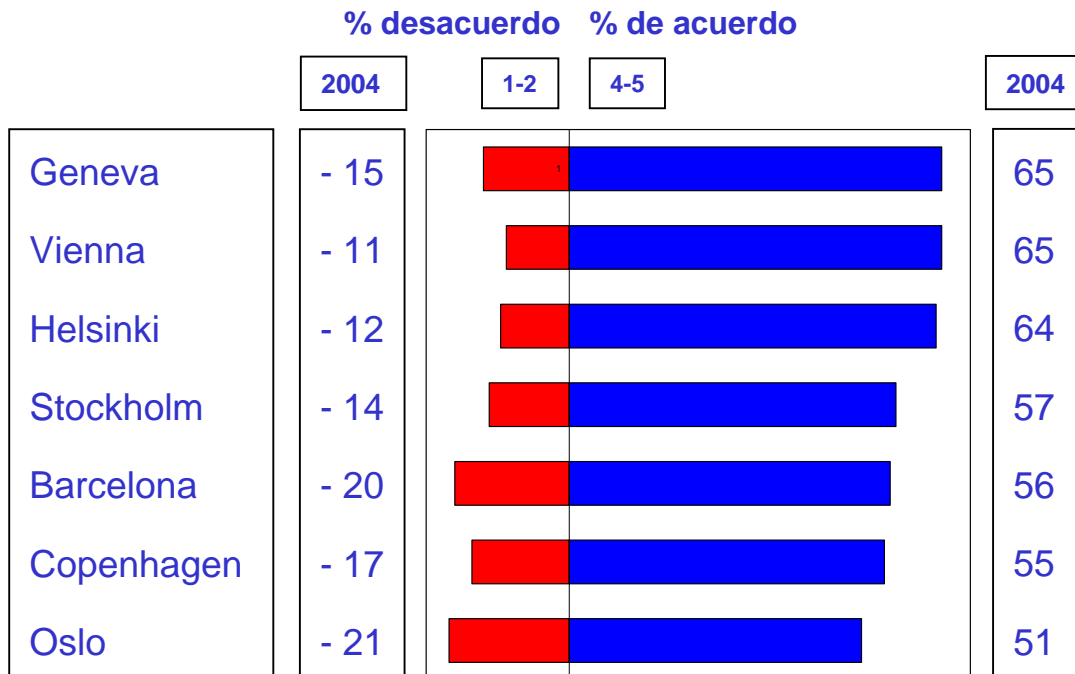
- **Seguridad Personal:** Aspecto que engloba la seguridad que percibe el cliente frente a terceras personas y también la sensación de seguridad del sistema de transporte público en lo que se refiere a accidentes.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

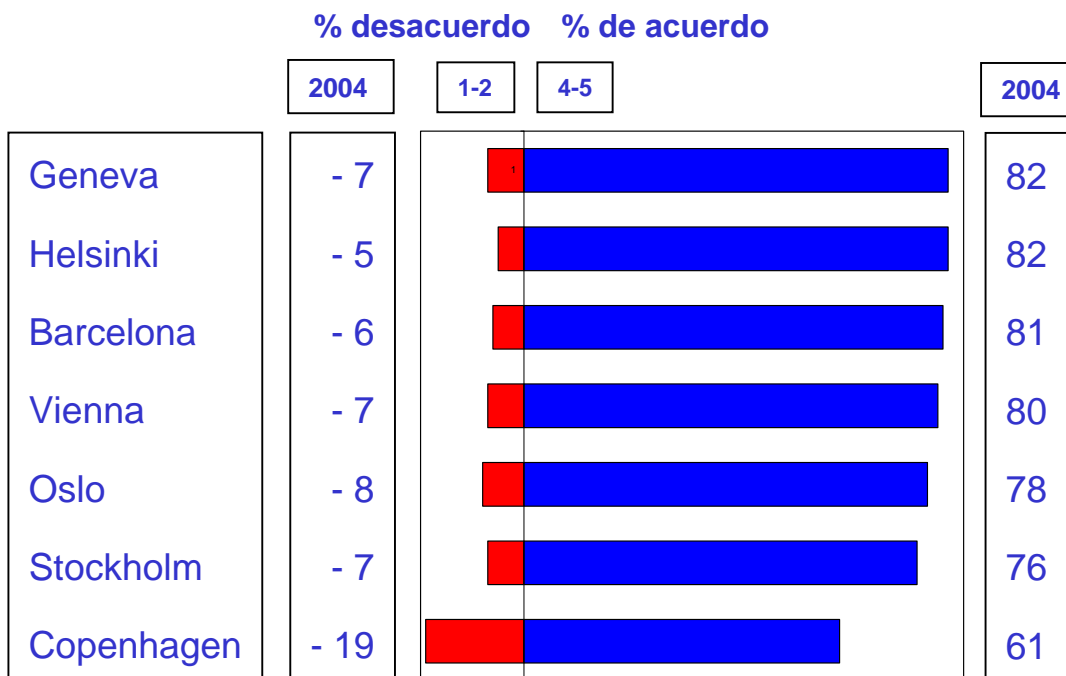
- **Confort:** Aspecto que mide ítems tales como comodidad, facilidad de transbordar, modernidad de los modos de transporte, limpieza y facilidad de encontrar asientos libres.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

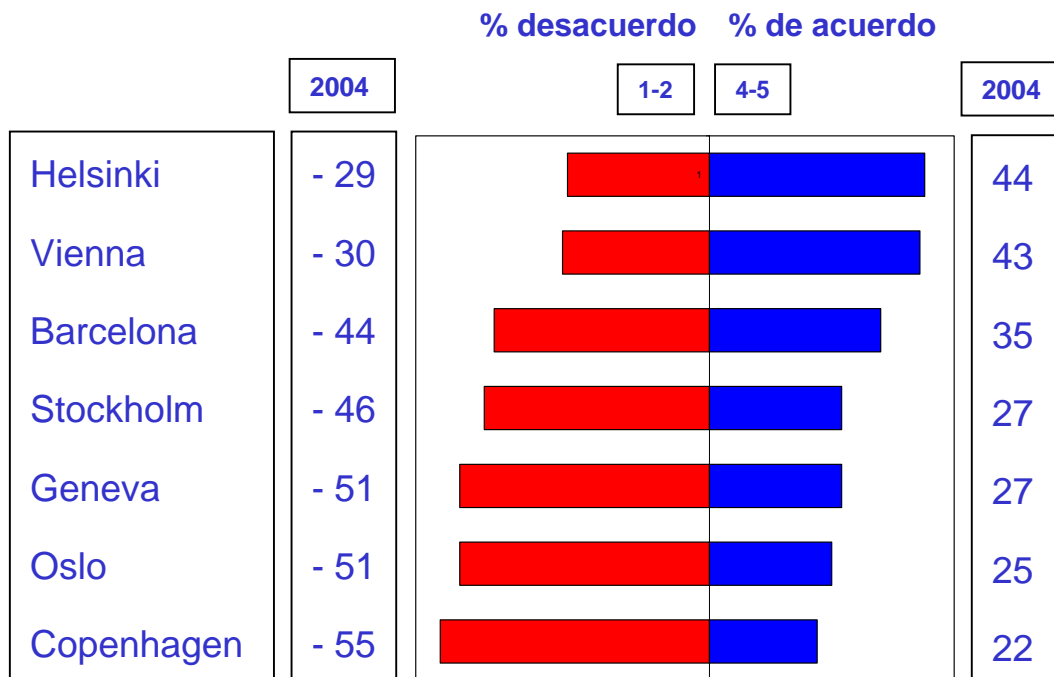
- **Imagen social:** Aspecto que mide la opinión del cliente sobre las expectativas que tiene hacia el sistema de transporte público y sus potencialidades.





9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

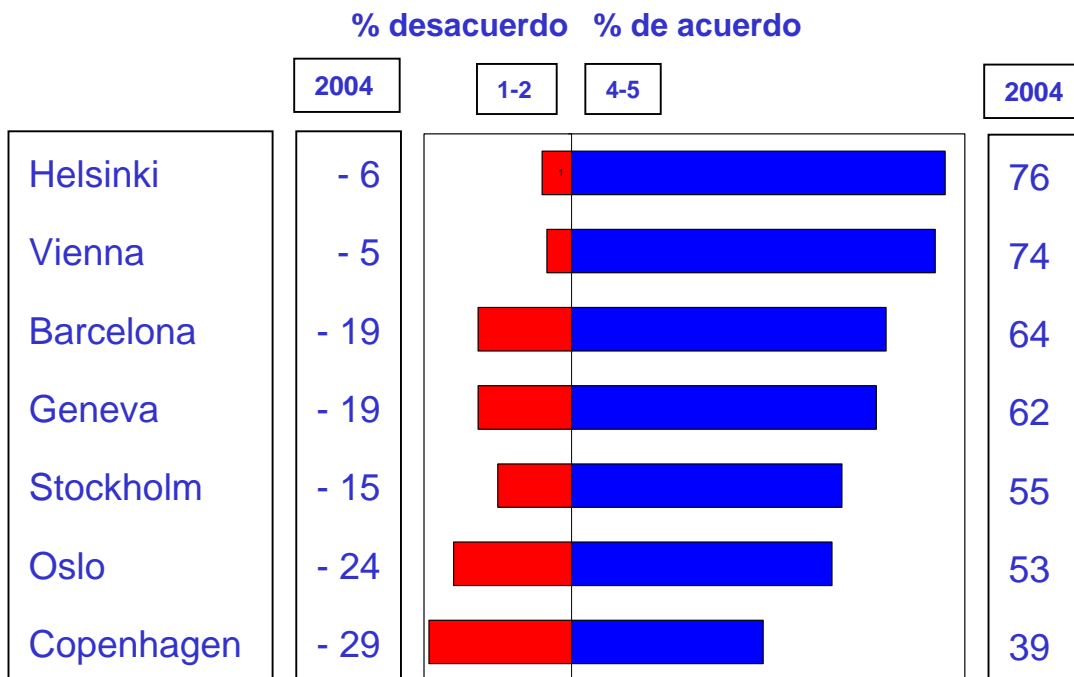
- **Relación calidad precio:** Aspecto que mide la idoneidad del precio del transporte público en relación al servicio que ofrece.





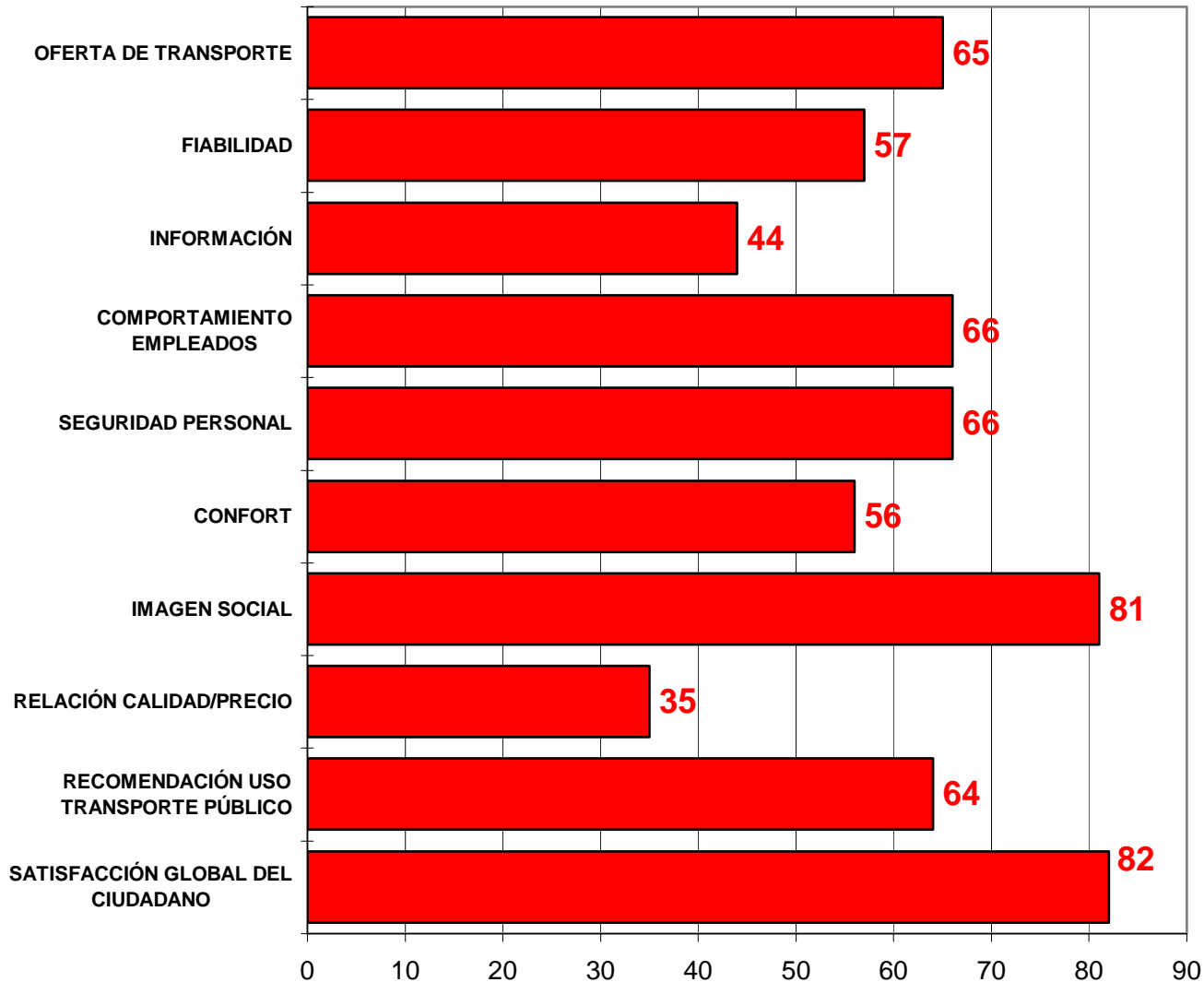
9. ¿CUÁL ES LA MEJOR REGIÓN EN CADA ASPECTO?

- **Recomendación de uso:** Aspecto que determina si el cliente del transporte público tiene orgullo de pertenencia y recomienda a otros su utilización.





10. ¿CUÁLES SON LOS RESULTADOS GLOBALES DE TMB PARA EL AÑO 2004?





11. GRUPOS DE TRABAJO

¿EN QUE GRUPOS DE TRABAJO HA PARTICIPADO TMB DURANTE EL PERIODO 2000-2004?

-PERSONAL SECURITY

- ENTHUSIASTIC STAFF AND SATISFIED CUSTOMERS



11. GRUPOS DE TRABAJO

¿QUE GRUPOS DE TRABAJO HAY ACTIVOS?

1. Revenue protection
2. Priority measures to promote accessibility of buses
3. To strengthen the influence of customers
4. Information at traffic disruptions
5. Implementation of electronic ticketing - how to use the possibilities of more efficient fares and loyalty programs?
6. Cultural differences and customer satisfaction
7. Citizens opinions versus the opinions of politicians
8. Key figures on investments in infrastructure



12. CONCLUSIONES

BEST NO ES UNA COMPETICIÓN

BEST IDENTIFICA MODELOS DE CONDUCTA COMUNES

BEST PERMITE APRENDER DE LOS MEJORES

BEST CREA UNA RED DE CONOCIMIENTO



MUCHAS

GRACIAS

POR SU ATENCIÓN