



Departamento Experiencia de Cliente

Área de Clientes

Retos de Innovación

Julio 2025



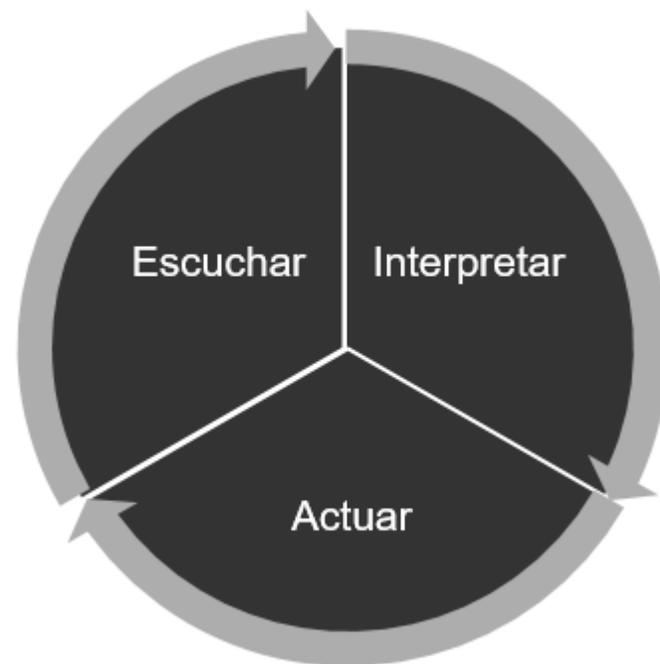
Transports
Metropolitans
de Barcelona

1

**TMB: innovar para
mejorar la
experiencia de los
clientes**



1.1 Estrategia Experiencia de Cliente





- **Momentos de la verdad:** momentos relevantes para nuestros clientes
- **Puntos de dolor:** momentos o interacciones en las que no cubrimos las expectativas de nuestros clientes

1.2 Trabajamos con Arquetipos



Estudiantes: entre 16 i 29 años, en colegio, instituto o universidad, viven en Barcelona y AMB, y cogen Bus y Metro, al menos ocasionalmente



Jubilados: Personas con más de 60 años, viven en Barcelona y AMB y cogen el bus, al menos, ocasionalmente.



Heavy Users: entre 25 i 64 años, viven en Barcelona y AMB y cogen el bus al menos 3-4 veces por semana.



Viajeros con hijos: viajeros que van con hijos menores de 10 años, viven en Barcelona y AMB, y cogen el bus y el metro, al menos, ocasionalmente



PDF: Personas que tienen algún tipo de diversidad funcional: física, visual y/o auditiva. Viven en Barcelona y AMB y coge el bus, al menos, ocasionalmente



Visitantes: turistas extranjeros y nacionales que visitan Barcelona durante un periodo corto de tiempo y que cogen el metro de manera intensiva durante su estancia en la ciudad

1.3 Soluciones innovadoras para mejorar la experiencia de viaje de los clientes



Ideas innovadoras para:

- Mejorar la percepción de seguridad en Metro
- Suavizar las aglomeraciones en Metro
- Mejorar la información en tiempo real de Bus.
- Mejorar la percepción de la espera en las paradas de bus.