

# DTP

Directorio de Transporte Público  
**Metropolitano**



*¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?*

**Primer Congreso de Usuarios en el  
Transporte Público**

Enero 2014

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?



## Temario.

- Objetivo.
- ¿Cómo mejoramos?
- Modelo Explicativo Actual.
- ¿Qué variable impacta más desde el punto de vista del Usuario?
- Análisis Modelo Explicativo.
- Resultados de la Evaluación.
- Focos de Trabajo.
- ¿Cómo hemos ido trabajando como Gerencia en estos puntos?
- Próximo Desafío

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Objetivo.

Conocer e interpretar de manera correcta la opinión de los usuarios del sistema de transporte público para considerarla en la toma de decisiones



Definir una metodología eficiente para conocer **con mejor precisión** la percepción de los usuarios con el sistema actual de transporte público centrado en su **“experiencia de viaje”**.

Identificar mediante un modelo estadístico **los factores relevantes de la opinión de los usuarios**, con el fin de determinar la importancia de sus distintos atributos y **sus pesos relativos** para definir planes de acciones concretos.

Impulsar que este conocimiento sea **utilizado y valorizado** por las gerencias en la toma de decisiones.

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## ¿Como Mejoramos?



### Metodología Actual:

- Basada en experiencia de viaje (recorridos).
- Encuesta única en paradas.
- Se perfeccionan las preguntas para no generar dudas ante lo que se responde.

**% explicación del modelo :  
65,0%**

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Modelo Explicativo Actual.



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

**Pero, ¿qué variable impacta más desde el punto de vista del Usuario?**

## **Modelo estadístico descriptivo en base a Ecuaciones Estructurales.**

Permite llegar a una comprensión más específica y concreta de la evaluación de las empresas operadoras mediante su técnica estadística multivariante.

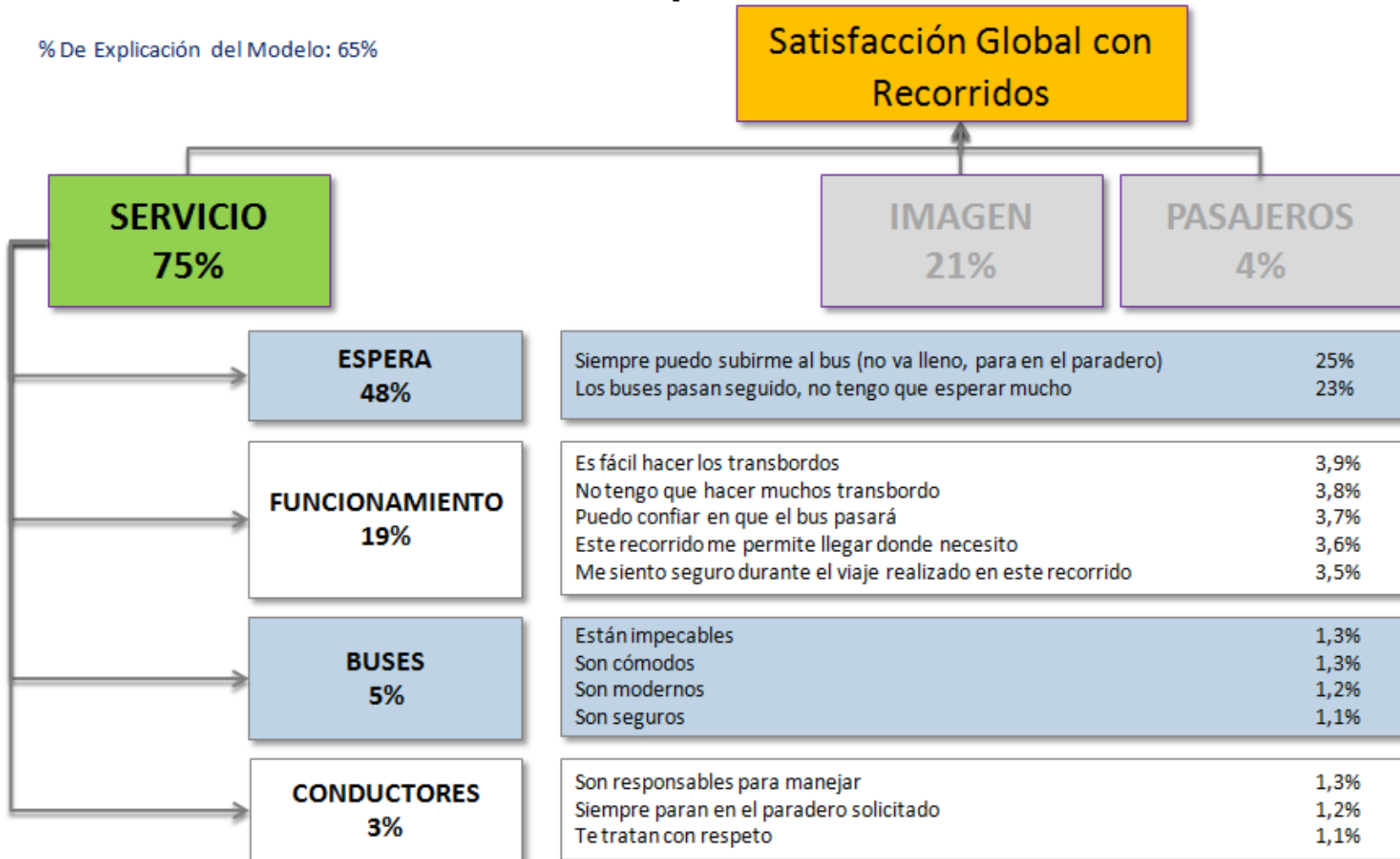
% De Explicación del Modelo: 65%



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Análisis detallado del Modelo Explicativo.

% De Explicación del Modelo: 65%



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Análisis detallado del Modelo Explicativo.

% De Explicación del Modelo: 65%

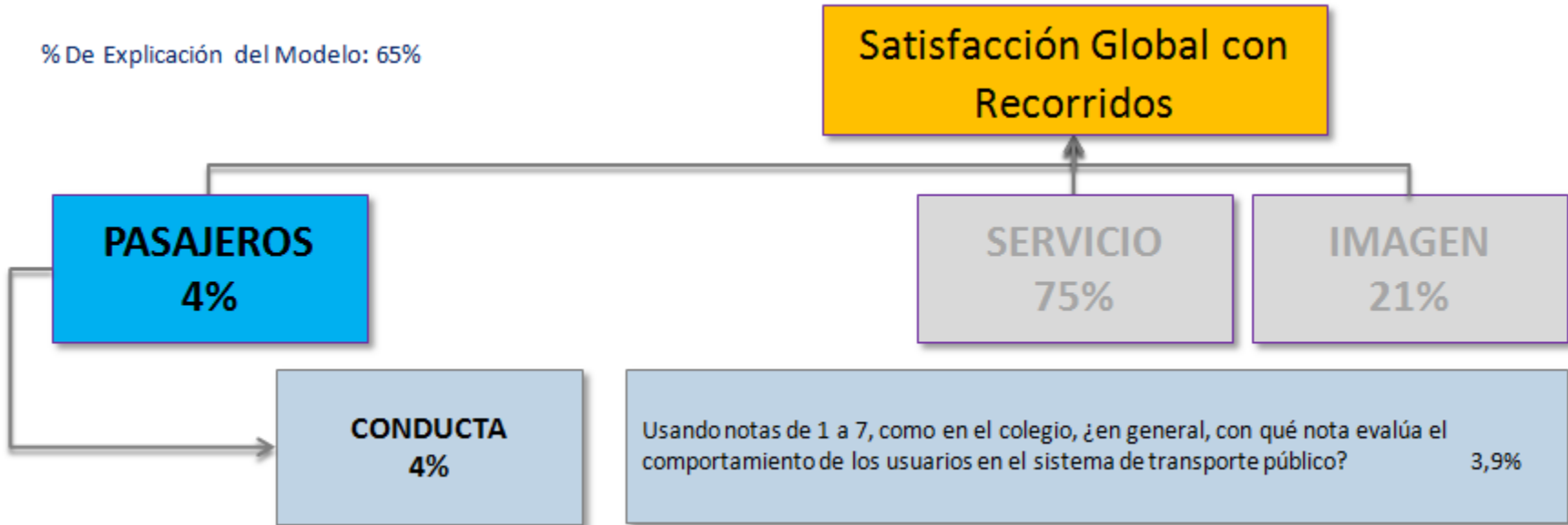




# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Análisis detallado del Modelo Explicativo.

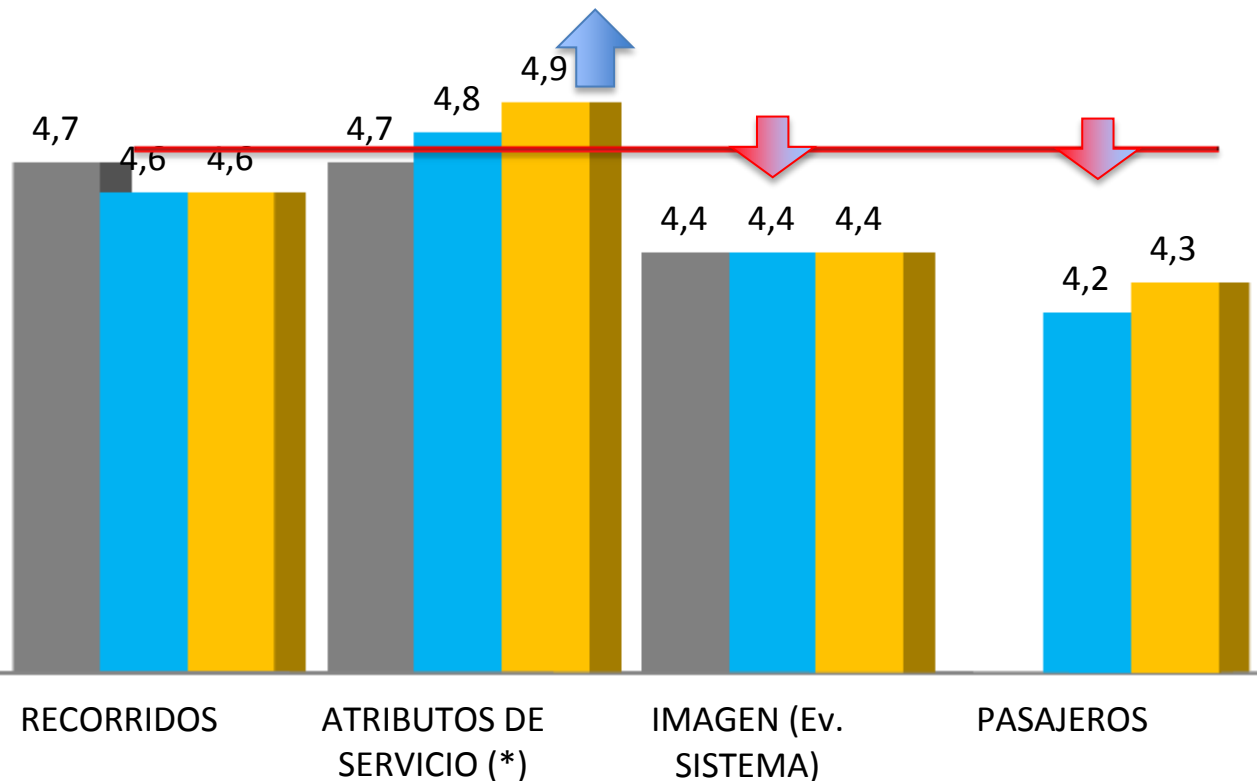
% De Explicación del Modelo: 65%



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Resultados de la Evaluación.

- Ene - 2013
- May - 2013
- Nov -2013



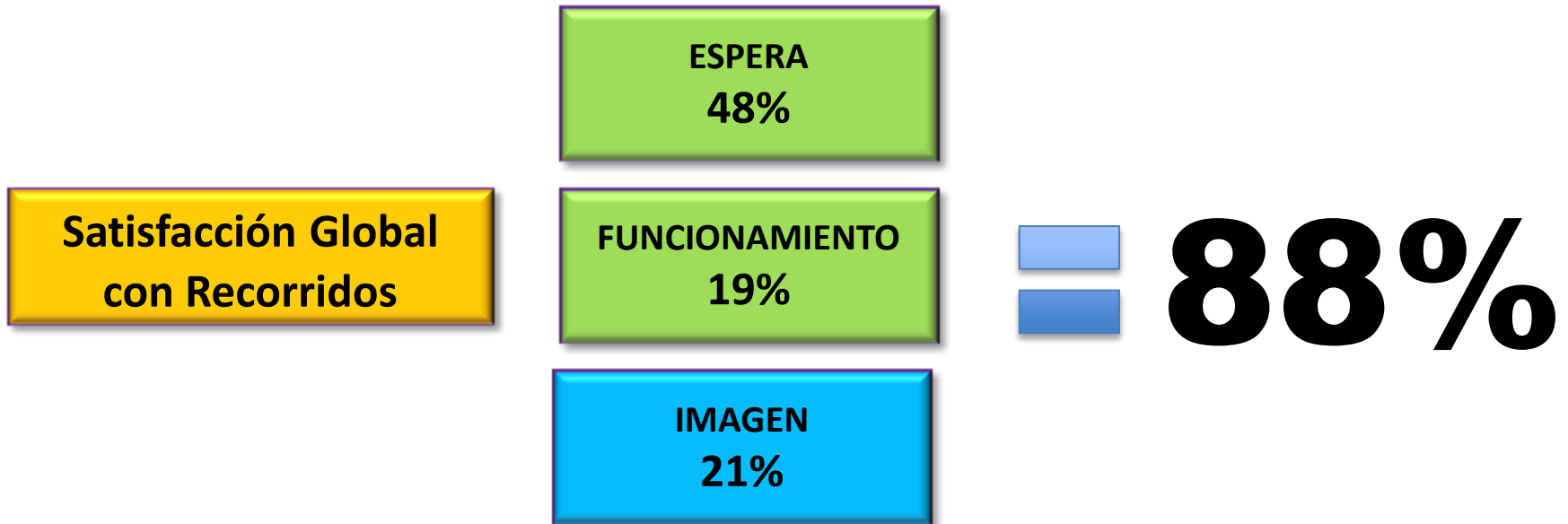
Hipótesis para explicar este fenómeno es la siguiente:

“Las personas tienden a generalizar los resultados, con frases como: *Nada ha mejorado en el Transantiago, o El sistema es malo, no tiene arreglo*”. Lo anterior implica en que, al momento de realizar la evaluación general, ésta se ve influenciada por la “generalización”, apalancada por una mala imagen del servicio. Sin embargo al evaluar atributos específicos, aparece la real percepción de mejoras.

(\*) Considera atributos de servicio: Espera, Funcionamiento, Buses y Conductores, que han sido medidos en las 3 mediciones de 2013. Calculado como un promedio simple.

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## Focos de trabajo.



% De Explicación del Modelo: 65%

# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## ¿Cómo hemos ido trabajando como Gerencia en estos puntos?

- ✓ Preocuparnos de entregar información y certeza de los tiempos de espera al usuario (**SMS, aplicaciones**).
- ✓ Entrega de **indicadores de servicio** para que cada empresa operadora conozca su gestión con el fin de mejorar (ICA, ICV, ICR, IFC). **Ranking de Calidad**.
- ✓ Generar estudios acerca de las necesidades del usuario para la mejora del servicio.



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

## ¿Cómo hemos ido trabajando como Gerencia en estos puntos?

- ✓ **Entrega de Información** para facilitar el uso del sistema (Equipo de monitores en terreno, Web, Boletín, Campañas, Redes sociales, call center)
- ✓ **Captura y gestión de requerimientos y reclamos.**



# ¿Cómo lograr que la opinión del usuario sea conocida e interpretada correctamente para la Toma de Decisiones?

**Próximo Desafío:**



**“Continuar con la mejora constante del servicio, además de invertir en la *Imagen y sus atributos principales*”**

# Gracias



# Intervención de la Gerencia de Usuarios en la experiencia de viaje



- Administración y generación de contenidos página web.
- Gestión y administración de call center.
- Apoyo en gestión y difusión de aplicativos.
- Avisos de Prensa - Planes de medios de modificaciones.
- Generación de Mapas de Recorridos.
- Generación de contenidos redes sociales.
- Difusión Circuito Cultural.

- Administración de la red de carga.
- Gestión de plan de mejoramiento.
- Campañas de difusión de la red, viaje de emergencia, integración tarifaria.
- Difusión de puntos bip! en soportes informativos.

- Generación y distribución material en terreno.
- Disposición de Ejecutivos de Información en Terreno.
- Campañas de difusión, uso y buen uso del sistema.
- Ejecución proyecto "Tus Ideas en Tu Paradero".
- Alianzas con otras instituciones.
- Difusión Circuito Cultural .
- Desarrollo del SIU y despliegue de información en paradas.

- Definición de piezas gráficas del bus.
- Campañas del Sistema y de bien social.
- Generación de contenidos Bus TV.
- Gestión de calidad de la conducción.
- Circuito Cultural.
- Apoyo Arquibus.

- Disposición de Ejecutivos de Información en Terreno con material de apoyo.
- Disposición de información (aplicativos, call, SMS, otros).
- Integración del SIU para distintos modos.
- Gestión de acciones informativas conjuntas con Metro.

- Reportes e informes de Monitores en Terreno.
- Monitoreo de Redes Sociales .
- Gestión y ejecución de estudios de satisfacción y levantamientos cualitativos y cuantitativos .
- Paneles de control Gestión de requerimientos
- Mesas de Trabajo periódicas con operadores.



## ANEXO A. Ecuaciones Estructurales.

Los modelos de ecuaciones estructurales (MES) es una técnica estadística multivariante para probar y estimar relaciones causales a partir de datos estadísticos y asunciones cualitativas sobre la causalidad.

En otras palabras estudian las relaciones causales entre datos directamente observables, asumiendo la existencia de relaciones lineales, aunque también se pueden modelizar relaciones no lineales.

Elementos de un modelo de ecuaciones estructurales

Un modelo de ecuaciones estructurales completo consta de dos partes fundamentales: el sub-modelo de medida y el sub-modelo de relaciones estructurales. El sub-modelo de medida contiene la manera en que cada constructo<sup>3</sup>, o variable latente, está medido mediante sus indicadores observables, los errores que afectan a las mediciones y las relaciones que se espera encontrar entre los constructos cuando éstos están relacionados entre sí.

Por su parte, el sub-modelo de relaciones estructurales es el que realmente se desea estimar. Contiene los efectos y relaciones entre los constructos. Es similar a un modelo de regresión, pero puede contener además efectos concatenados y bucles entre variables. Además, contiene los errores de predicción (que son distintos de los errores de medición).