

Opiniones del público sobre el Futuro de Clipper Resumen Ejecutivo

22 de mayo de 2015



¡Clipper® está planeando el futuro!

Clipper es el sistema regional de pago de tarifas de transporte público para el Área de la Bahía de San Francisco de nueve condados. Los pasajeros de transporte público pueden usar una tarjeta Clipper recargable para pagar tarifas en 13 sistemas de transporte público en el Área de la Bahía. La Comisión Metropolitana de Transporte y los operadores de transporte participantes están preparándose para la próxima generación de Clipper y, a fines de 2014 y comienzos de 2015, solicitaron la opinión del público.

Las actividades de la opinión del público incluyeron una encuesta en línea en varios idiomas, opiniones por correo electrónico y por teléfono a través de una dirección de correo electrónico y una línea de teléfono exclusivas, extensión a las partes interesadas y presentaciones en reuniones públicas. Clipper ofrecerá al público oportunidades adicionales de expresar su opinión durante toda la planificación y la implementación del sistema de próxima generación. Un sitio web exclusivo, FutureofClipper.com, promovió oportunidades de opinión pública y contó con un vínculo para la encuesta. La MTC y los operadores de transporte público promovieron oportunidades de opinión pública por medio de diversos métodos.

La encuesta voluntaria en línea del Futuro de Clipper se lanzó el 1 de diciembre y duró hasta el 15 de enero; la encuesta recibió 7,607 respuestas, pero no es estadísticamente significativa. La mayoría de las preguntas fueron de opción múltiple, pero en una pregunta abierta se solicitó otra información que ayudaría a planear la próxima generación de Clipper; esta pregunta recibió 2,905 respuestas, y muchas abordaron varios temas.

¿Quiénes respondieron? La mayoría de los encuestados en la encuesta sobre el Futuro de Clipper (96.3 por ciento) conocen algo o mucho de Clipper. En la encuesta sobre el Futuro de Clipper estuvieron representados clientes de todas las agencias de transporte público del Área de la Bahía. BART tuvo la mayor representación, con Muni, Caltrain, AC Transit y VTA entre los cinco primeros. La mayoría de los encuestados (72.8 por ciento) actualmente usan Clipper frecuentemente, mientras que 18.4 por ciento dijeron que la usan ocasionalmente. Los encuestados se inclinaron a los jóvenes (47 por ciento tienen entre 20 y 30 años de edad), mientras que 54 por ciento son hombres. Muchos tienen ingresos superiores, pues el 60 por ciento informaron un ingreso anual del hogar de más de 75,000 dólares; esta es la principal diferencia con los clientes de Clipper, los cuales tienden a inclinarse a ingresos más bajos, especialmente entre los titulares de tarjeta Clipper no registrados. La mayoría (90 por ciento) hablan bien inglés, aunque el 16 por ciento dijo que hablaban otro idioma que no es inglés en el hogar. La mayoría (64 por ciento) son caucásicos, con el siguiente grupo mayor asiático (16 por ciento). Solamente el 7 por ciento son de origen hispano.

SISTEMAS BASADOS EN TARJETAS VS. BASADOS EN CUENTAS

La mayoría de los comentarios relacionados con el tipo de sistema fueron de pregunta abierta; casi el 16 por ciento de los comentarios estuvieron relacionados. Casi el 60 por ciento de los comentarios en esta categoría fueron acerca de la falta de transacciones en tiempo real que se procesan en el sistema actual. A muchos además no les gustó la necesidad de pasar la tarjeta al comienzo de cada mes para activar los pases mensuales (el supuesto es que estos eran en gran parte clientes de Caltrain). Otros comentaron las demoras asociadas con la corrección de fallas de tarjetas de crédito, la precisión de las transacciones, y la función de la carga automática (Autoload) y las demoras que tienen los consumidores con diferentes aspectos de esta función.

INFORMACIÓN DE LA CUENTA

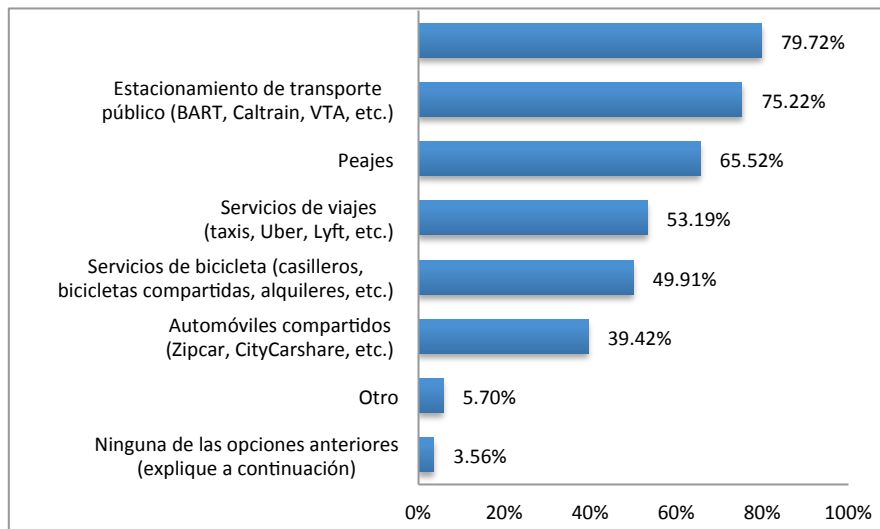
Un poco más del 3 por ciento de las respuestas a preguntas abiertas mencionaron mejoras en el acceso a la información de cuentas, y a los encuestados les interesaron historiales de cuentas en un formato que no es PDF que

cubren hasta un año. Una cantidad de estos encuestados citaron preocupaciones acerca de la frecuencia de errores en el historial de transacciones y la necesidad de poder supervisar sus cuentas atentamente; algunos solicitaron informes de transacciones generados automáticamente por correo electrónico, o notificaciones de saldos bajos o diarios de cuentas, uso de cuentas y tarjetas de crédito que vencen. Aproximadamente un cuarto estuvieron interesados en cuentas conjuntas, o vinculadas, bajo una sola dirección de correo electrónico, y algunos solicitaron la capacidad de transferir fondos entre individuos bajo una misma cuenta. Casi otro cuarto solicitaron cambios específicos en funcionalidad; los ejemplos incluyen un proceso más fácil para gestionar tarjetas de crédito en una cuenta en general, cambios en la organización de la información de la cuenta y la capacidad de transferir fondos a una tarjeta nueva.

USOS ADICIONALES PARA CLIPPER

Una pregunta principal de la investigación sobre el Futuro de Clipper es: ¿Cómo le gustaría usar Clipper? Los encuestados dieron muchas respuestas, y entre las principales mencionaron el estacionamiento público (80 por ciento), estacionamiento de transporte público (75 por ciento) y peajes (66 por ciento). Otros mencionaron los servicios de viajes como Uber y Lyft (53 por ciento), servicios de bicicletas (50 por ciento) y automóviles compartidos (49 por ciento). Los comentarios coincidieron con estos resultados, y algunos comentaristas también querían usar Clipper para pagar compras minoristas.

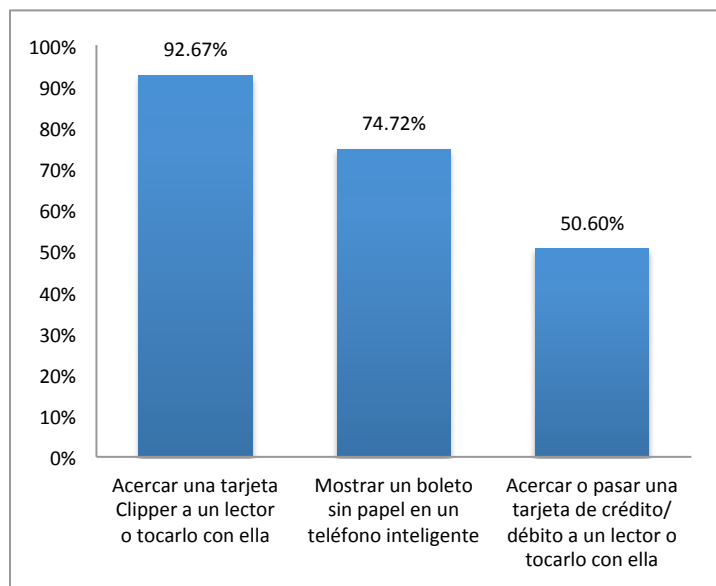
¿Cómo más le gustaría usar Clipper en el futuro?
(Múltiples respuestas, n=6824)



NUEVAS OPCIONES DE MEDIOS CON TARIFAS

La encuesta preguntaba a los encuestados acerca de su uso de teléfonos y tabletas. Los productos de Apple encabezaron la lista con el iPhone (58 por ciento) y iPad (46 por ciento), pero muchos usan teléfonos (38 por ciento) y tabletas (18 por ciento) con Android. Se les pidió a los encuestados que calificaran cuán atractivas eran las formas de pagar tarifas de transporte. Aunque el 75 por ciento dijo que pasar la tarjeta o mostrar un boleto sin papel en un teléfono inteligente era atractivo, y el 51 por ciento dijo que acercar o pasar una tarjeta de débito o crédito era atractivo, la gran mayoría (93 por ciento) dijeron que acercar una tarjeta Clipper a un lector les pareció atractivo. Los comentarios reflejaron las respuestas de la encuesta, incluidas las solicitudes de vincular a Clipper a tarjetas de identificación de empleados y estudiantes, y un deseo de expandir y mejorar la interfaz de medios de tarifa con

¿Cuán atractivas son estas formas de pagar sus tarifas?
(n=6824)

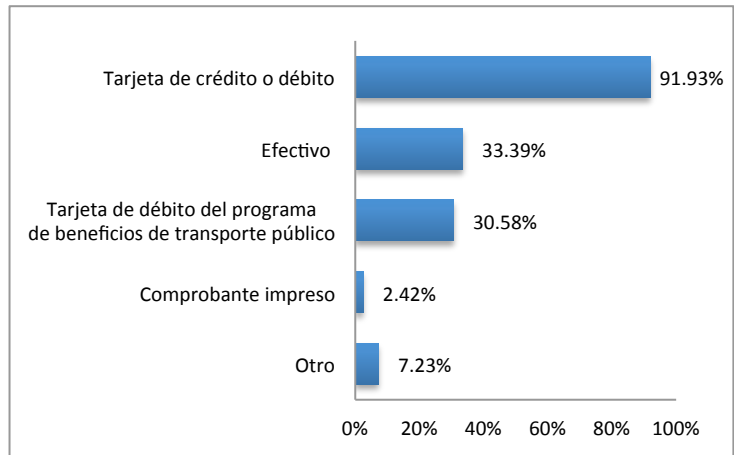


dispositivos, tales como la capacidad de utilizar tecnologías futuras y emergentes. Algunos querían vincular a Clipper a tarjetas de débito. Muchos comentarios específicamente se refirieron a solicitudes de usar teléfonos inteligentes para escanear y seguir el uso de transporte mientras se viaja.

OBTENER TARJETAS Y AGREGAR VALOR

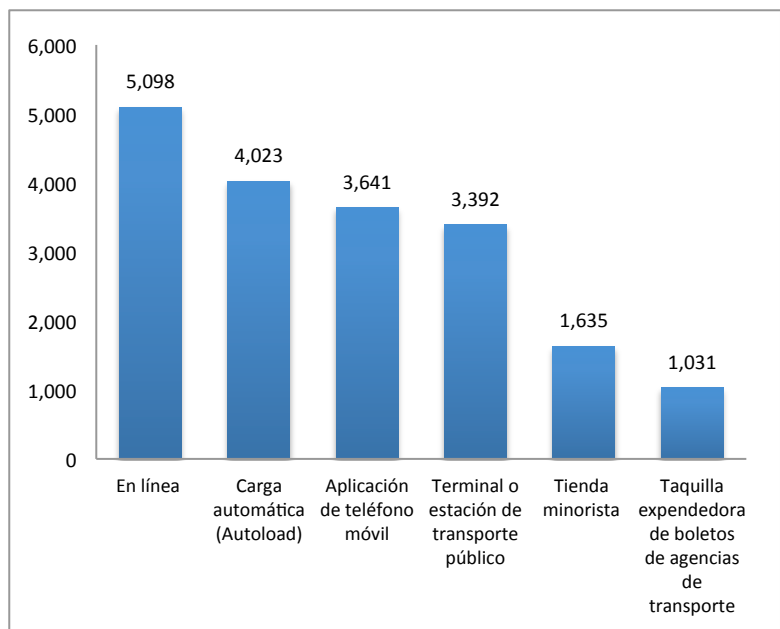
Información financiera y preferencias. Entre los encuestados de la encuesta sobre el Futuro de Clipper, el 97.1 por ciento dijeron que ellos u otra persona de su hogar tenían una cuenta bancaria, y el 97.0 por ciento dijeron que ellos u otra persona de su hogar tenían una tarjeta de crédito o débito. Casi el 80 por ciento realizó pagos automáticos. Casi el 40 por ciento reciben beneficios de transporte público (más de dos tercios de ellos a través de WageWorks y Commuter Check). Los usuarios frecuentes de Clipper tienen muchas más probabilidades de recibir beneficios de transporte público. La mayoría de los encuestados no reciben beneficios de estacionamiento.

¿Cómo prefiere pagar el valor de Clipper?
(Dos respuestas, n=6900)



Agregar valor. En cuanto a qué prefieren usar los encuestados para pagar sus compras de Clipper (podían elegir dos), la gran mayoría (92 por ciento) prefieren usar una tarjeta de crédito o débito, mientras el siguiente grupo más grande (33 por ciento) prefiere efectivo y el 31 por ciento prefieren usar una tarjeta de débito de un programa de beneficios de transporte. Cuando se permiten dos opciones de método preferido de agregar valor, el mayor número (5,098) prefieren en línea, mientras 4,023 prefieren la carga automática (Autoload), 3,641 prefieren una aplicación móvil, 3,392 prefieren una terminal o estación de transporte, 1,635 prefieren una tienda minorista y 1,031 prefieren una oficina expendedora de boletos de una agencia de transporte. Los comentarios incluyeron pedidos de más lugares minoristas más allá de Walgreens, mientras que algunos desean mejorar las transacciones que eran posibles en Walgreens y ubicaciones similares. Las personas que hicieron comentarios acerca de la carga automática (Autoload) estaban en gran parte insatisfechas con su experiencia, y mencionaron problemas técnicos que les impidieron usar las tarjetas, deseo de cambiar la configuración de la carga automática (Autoload) sobre la marcha, restricciones de ciertos productos de tarifa (boletos con descuento de gran valor de BART) en la carga automática (Autoload) y dificultad para resolver problemas de la carga automática (Autoload).

¿Cómo prefiere agregar valor a su cuenta Clipper?
(Múltiples respuestas, n=6901)



Programas institucionales. Aproximadamente el 3.5 por ciento de los comentarios se refirieron a beneficios de transporte. Algunos comentaristas estaban descontentos por la incapacidad de cargar múltiples formas de pago para poder aumentar cualquier fondo de beneficios de transporte con fondos personales para satisfacer sus plenas

necesidades de transporte. Algunos comentaron la interfaz entre Clipper y los programas de beneficios para personas que viajan diariamente por trabajo, y desafíos asociados, tales como demoras en las transacciones entre agencias, transferencias que no aparecen en el sitio de Clipper y otras frustraciones generales con el proceso.

EDUCACIÓN Y SERVICIO PARA EL CLIENTE

Muchos comentaristas están insatisfechos con el sitio web de Clipper, y mencionan instrucciones difíciles de leer, contenido desactualizado, confusión acerca de funciones básicas tales como agregar y quitar productos de una tarjeta, y la necesidad de llamar a servicio al cliente para pedir ayuda cuando los problemas no pueden solucionarse en línea. Más de la mitad de los encuestados (53 por ciento) prefieren métodos en línea (ya sea sitio web o correo electrónico) para resolver problemas del servicio al cliente, mientras que el siguiente grupo más grande (42 por ciento) prefieren hablar por teléfono con una persona en vivo. Pocos prefieren servicios personales (4 por ciento) o un sistema de respuesta de voz interactivo (IVR) (menos del 1 por ciento). Menos del 3 por ciento de comentaristas mencionaron servicio al cliente o centros de servicio al cliente en persona, y estos comentarios principalmente expresaron el deseo de un mejor servicio y de más lugares, especialmente para adultos mayores.

EQUIPOS

La entrevista sobre el Futuro de Clipper no hizo preguntas específicas acerca de equipos, pero el 2 por ciento de los comentaristas mencionaron problemas con los equipos, y se quejaron de lectores de tarjetas rotos o no confiables, la necesidad de pasar la tarjeta muchas veces y cobros de tarifas incorrectas. Otro grupo se refirió a máquinas para agregar valor y compras que no funcionan bien. El resto de los comentarios señalaron la falta de lectores, la ubicación de lectores y la necesidad de una pantalla más fácil de leer en los lectores. Muchos comentarios indicaron un deseo de más máquinas expendedoras de boletos que vendan o expendan tarjetas Clipper.

ACCESIBILIDAD

Los comentaristas pidieron un acceso más fácil para comprar tarjetas Clipper en un área geográfica más amplia, adultos mayores pidieron específicamente más lugares de compra en centros para adultos mayores y padres de hijos jóvenes pidieron poder obtener tarjetas para jóvenes en tiendas locales. La mayoría de los comentarios involucraron a personas con discapacidades, y muchos se refirieron al proceso de obtener y usar una tarjeta Clipper RTC (Clipper no establece políticas de solicitud para el programa RTC). Los comentaristas también mencionaron dificultades de la ubicación de los lectores de tarjetas en estaciones y en autobuses, dificultad para entender si una tarjeta había sido leída correctamente, la solicitud de señales alternativas tales como luces o tonos, desafíos con máquinas expendedoras de boletos, y una dificultad general para navegar en ciertos ambientes físicos, especialmente en una multitud.

OTROS PROBLEMAS

- **Diseño de tarjetas.** Los comentaristas solicitaron una mayor variedad de diseños de tarjetas, tarjetas más resistentes y alternativas a la tarjeta estándar.
- **Tarifas.** Algunos comentaristas expresaron insatisfacción con las tarifas o con ciertas transacciones con tarifas.
- **Problemas de seguridad y privacidad.** Las personas que comentaron problemas de seguridad y privacidad incluyeron inquietudes acerca de cómo seguir el movimiento, falta de privacidad cuando se proyecta información en pantallas en el transporte, la seguridad de las tarjetas de crédito y el registro forzado para acceder a un tipo específico de productos con tarjeta.
- **Varios.** Otros comentarios se refirieron a una serie de problemas, incluidas las solicitudes de expansión a otros operadores, insatisfacción con la educación del cliente, desagrado por tener que pasar la tarjeta, solicitudes para usar American Express, y solicitudes de usar la tarjeta para varios pasajeros con una sola tarjeta.

COMENTARIOS POR CORREO ELECTRÓNICO

La MTC recibió 87 comentarios por correo electrónico que cubrieron una amplia variedad de temas y mejoras sugeridas. Por categoría, incluyeron:

- **Sistema basado en tarjetas vs. sistema basado en cuentas.** Problemas que serían abordados si Clipper se trasladaba a un sistema basado en cuentas, incluida la capacidad de cargar valor una vez o por medio de la carga automática (Autoload) en tiempo real.
- **Información de cuentas.** Mejoras en la información de cuentas.
- **Usos adicionales.** Deseo de expansión a otras agencias de transporte y expansión a otros servicios de transporte, incluidos taxis, FasTrak, estacionamiento, servicios de bicicletas, paratransito y servicios de viajes compartidos.
- **Nuevas opciones de medios con tarifas.** Pago por teléfono a través de una aplicación o NFC/ApplePay.
- **Métodos de agregar valor.** Deseo de mayor acceso minorista y mejor acceso para agregar valor en BART.
- **Programas institucionales.** Dificultad para usar la tarjeta Clipper con beneficios de transporte.
- **Sitio web.** Mejoras en el sitio web de Clipper.
- **Servicio al Cliente.** Deficiente servicio al cliente del Centro de Servicio al Cliente de Clipper.
- **Equipos.** Equipos rotos, mejor acceso para adultos mayores y clientes con discapacidades, y mejoras en máquinas expendedoras de boletos, incluida una mayor cantidad.
- **Accesibilidad.** Problemas con el proceso de solicitud de tarjeta RTC Clipper y deseo de procesos de solicitud más fáciles para la tarjeta Clipper para Jóvenes y Adultos mayores.
- **Diseño de tarjeta.** Tarjetas personalizadas y medios alternativos (p. ej., llavero transmisor).
- **Seguridad y privacidad.** Variados problemas de privacidad y seguridad, especialmente con respecto a solicitudes de tarjetas para adultos mayores.

RESULTADOS DE PARTES INTERESADAS

- **San Francisco Taxi Drivers Alliance** quisiera aceptar tarjetas Clipper para pagar en taxis; no desea que los servicios de viajes compartidos acepten Clipper.
- **eLock/BikeLink** quisiera suficiente memoria en la tarjeta para compartir con terceros.
- **Bay Area BikeShare (MTC)** está interesado en usar Clipper como un verificador, pero no necesariamente como sistema de pago, debido a restricciones financieras, pero cree que la integración podría hacer que el uso de Bay Area BikeShare sea más conveniente.
- **Carma** quisiera cierta integración de Clipper y Carma y servicios similares.
- **City CarShare** está muy interesado en la integración entre City CarShare y Clipper.
- **Zipcar** está interesado en cualquier cosa que haga las cosas más fáciles para sus clientes, incluida la integración con Clipper.
- **Walgreens** quisiera la integración con registros, aunque esto sería un desafío, y le gustaría mejores políticas de reembolso.
- **WageWorks y Commuter Check** quisiera un sistema basado en cuentas con visibilidad en las cuentas de sus clientes, un saldo en efectivo más alto, pagos fraccionados, integración de estacionamiento, mejores políticas de reembolso y mejores informes.
- **Federated Indians of Graton Rancheria, una asociación de indios Miwok y Pomo,** quisiera un pase mensual para varios organismos o un viaje único con transbordos para adultos y jóvenes, y un portal donde poder agregar valor a las cuentas de los clientes.
- **Veterans Administration Palo Alto Health Care System** está satisfecho con el proceso actual para pedir tarjetas precargadas con valor, pero quisiera que Clipper fuera aceptado en taxis.
- **RTC Program** recomienda la centralización de la determinación de elegibilidad de RTC y la producción de la tarjeta RTC Clipper.

- **Independent Living Resource Center of San Francisco** quisiera un sistema que les permita a los clientes (especialmente a aquellos en sillas de ruedas y adultos mayores) un cobro automático cuando atraviesan las puertas o cuando suben a los vehículos; debería ser más fácil obtener una tarjeta y cargar valor; la tecnología no es una solución.
- **Lighthouse for the Blind** quisiera tonos más audibles para indicar el paso de tarjetas, saldos bajos, etc., y que Clipper se expandiera a más servicios (p. ej., Capitol Corridor, taxis) y medios (p. ej., teléfonos inteligentes).
- **Outreach** quisiera integrarse con Clipper para proporcionar pago de tarifas cambiantes a clientes elegibles con discapacidades, adultos mayores e individuos con bajos ingresos, y excombatientes; desearía beneficios de un sistema basado en cuentas que pudiera integrarse con su base de datos y que ofreciera supervisión e informes de programas necesarios.
- **SFMTA Accessible Services** quisiera un método flexible de compra de pases y cargarlos en las tarjetas; podría ser útil aceptar Clipper en paratránsito y para el estacionamiento, pero los beneficios no pueden justificar costos altos; es necesario solucionar problemas con los lectores de tarjetas y clientes que tienen problemas de destrezas.
- **Alameda County Sustainability Program** quisiera capacidad para registrar, gestionar y supervisar el uso de tarjetas en nombre de una organización, incluidos informes más detallados para revelar patrones de viaje y otros datos.
- **U.C. Berkeley** quisiera integrar a Clipper con tarjetas de identificación de estudiantes y funciones de débito.