



REO núm: 967
Data: 03/06/2020

Índex de la satisfacció del client ISC. 2019

Informe de resultats Lleida - La Pobla



Enquesta de Qualitat de Servei 2019 de la línia Lleida - La Pobla de Segur

informe de resultats

Elaborat per a:

FERROCARRILS DE LA GENERALITAT DE CATALUNYA
(FGC)

Psyma Team:

Jordi Solà (jordi.sola@psyma.com)

Número d'estudi: PEL219-126

Passionate People.
Creative Solutions.

Índex

Presentació de l'informe	> anar-hi
Introducció	> anar-hi
Objectius	> anar-hi
Fitxa tècnica	> anar-hi
Distribució de la mostra	> anar-hi
Resum dels principals resultats	> anar-hi
1. Importància i satisfacció	> anar-hi
1.1. Importància dels atributs estudiats	> anar-hi
1.2. Satisfacció amb els atributs estudiats	> anar-hi
1.3. Evolució de la satisfacció	> anar-hi
1.4. Prioritats d'actuació	> anar-hi
1.5. Matrius de millora estratègica	> anar-hi

Índex

2. Índex de Satisfacció del Client (ISC)	> anar-hi
2.1. Índex de Satisfacció del Client. Metodologia	> anar-hi
2.2. Evolució ISC	> anar-hi
2.3. ISC per segments	> anar-hi
2.4. ISC per atributs	> anar-hi
3. Valoració del servei	> anar-hi
3.1. Valoració global del servei	> anar-hi
3.2. Evolució del servei en els darrers dos anys	> anar-hi
3.3. Millores percebudes en el servei en els darrers dos anys	> anar-hi
3.3. Comparativa del servei amb altres mitjans de transport	> anar-hi
3.4. Aspectes que haurien de millorar	> anar-hi

Índex

- | | | |
|----|---|---------------------------|
| 4. | Coneixement i ús del bitllet combinat Turistren | > anar-hi |
| 5. | Coneixement de les prestacions del servei de la línia Lleida – La Pobla | > anar-hi |
| 6. | Ús i avaluació de l'APP dels serveis de FGC | > anar-hi |
| 7. | Ús de les xarxes socials | > anar-hi |
| 8. | Perfil de la persona usuària | > anar-hi |
| 9. | Síntesi de resultats | > anar-hi |

Presentació de l'informe

Introducció, objectius de la investigació,
fitxa tècnica i distribució de la mostra

Presentació de l'informe

Introducció

L'objecte d'aquesta enquesta entre persones usuàries de la línia **Lleida - La Pobla de Segur**, dels **Ferrocarrils de la Generalitat de Catalunya (FGC)** és conèixer el grau de satisfacció i l'opinió de la clientela d'aquesta línia sobre diversos aspectes, amb l'objectiu de millorar el servei que s'ofereix.

L'enquesta està especialment orientada a l'obtenció de l'anomenat **Índex de Satisfacció del Client (ISC)**, que mesura la qualitat percebuda per les persones usuàries tenint en compte el grau de satisfacció que declaren i la importància que atorguen als diferents aspectes del servei.

El present informe constitueix un resum dels resultats aconseguits. A les pàgines següents es descriuen els objectius i la metodologia utilitzada.



Presentació de l'informe

Objectius de la investigació

L'objecte dels treballs és la realització d'enquestes a la clientela del servei Lleida - La Pobla de Segur de FGC, per tal de determinar l'Índex de Satisfacció del Client (ISC). Aquest índex mesura la qualitat percebuda per les persones usuàries tenint en compte el grau de satisfacció que declaren i la importància que atorguen als atributs del servei.

Els atributs analitzats són:

1. Facilitats d'accés a les estacions
2. Facilitat d'accés al tren / sigui fàcil pujar-hi
3. No hi ha cues, s'adquireix o cancel·la el títol ràpidament
4. Que tot estigui ben indicat, resulti fàcil
5. Hi ha empleats que atenen i vigilen
6. Els empleats són amables
7. Triga poc a dur-te a destinació
8. El pots agafar a qualsevol hora / passa sovint
9. Acompleix els horaris establerts
10. No hi ha aglomeracions al pujar o dins del tren
11. Normalment pots anar assegut
12. No produeix un soroll amoïnador
13. Les parades o estacions són còmodes per esperar
14. Viatges sense brusquedats durant el trajecte
15. Les estacions estan netes i conservades
16. La gent amb la qual viatges no és desagradable
17. No hi ha perill que t'agredeixin o bé amoïnin
18. No hi ha perill d'accidents
19. Els cotxes estan nets i conservats
20. El viatge resulta entretingut
21. Als cotxes, temperatura adequada a cada època de l'any
22. El preu del bitllet és adequat
23. Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments
24. La informació sobre el servei
25. La informació en els casos d'incidències en el servei
26. El sistema de venda de bitllets

Presentació de l'informe

Objectius de la investigació

A més de l'ISC corresponent a cada servei, l'estudi ha permès obtenir informació relacionada amb els següents **objectius específics**:

- Coneixement i ús del **bitllet combinat Turistren**
- Coneixement de les **prestacions del servei** de la línia Lleida - La Pobla
- **Perfil** de la persona usuària
- Ús i avaluació de l'**APP de FGC**
- Ús de **xarxes socials**



Presentació de l'informe

Objectius de la investigació

A mode de resum, els objectius de l'estudi són:

Aspectes no satisfactoris

Conèixer quins són els aspectes amb els que la clientela està més insatisfet

Prioritats d'actuació

Trobar els punts d'actuació que amb més eficàcia incrementarien la satisfacció de la clientela

KPI

Obtenir indicadors d'importància, satisfacció i ISC de cada aspecte i a nivell global

Perfil

Determinar com és la persona clienta dels serveis dels FGC

Presentació de l'estudi

Fitxa Tècnica

Univers	Persones de 16 o més anys usuàries de la línia Lleida – La Pobla de Segur
Mostra	La mostra total és de 208 enquestes, la qual cosa comporta un marge d'error global de $\pm 6,06\%$, per a un nivell de confiança del 95,5% (dos sigma) en un univers finit de 873 viatgers diaris i en el supòsit de màxima indeterminació (p/q=50/50).
Tipus d'entrevista	Entrevista personal TAPI mitjançant qüestionari estructurat. La realització de les enquestes s'ha fet a la mateixa línia, a usuaris mentre feien ús de la prestació del servei.
Selecció de la mostra	Ateses les característiques del servei pel que fa al nombre i freqüència de trens i a la reduïda demanda, les entrevistes s'han fet a l'interior dels trens al llarg de tot el trajecte, recollint l'opinió de les persones que anaven pujant al tren en les diverses estacions. S'ha entrevistat al màxim nombre possible de persones d'entre tota la clientela.
Treball de camp	Del 23 al 26 de setembre de 2019

Presentació de l'estudi

Distribució de la mostra

La mostra total és de 208 entrevistes, 98 a persones usuàries que anaven en sentit Lleida – La Pobla de Segur i 100 fetes a qui viatjaven en sentit invers.

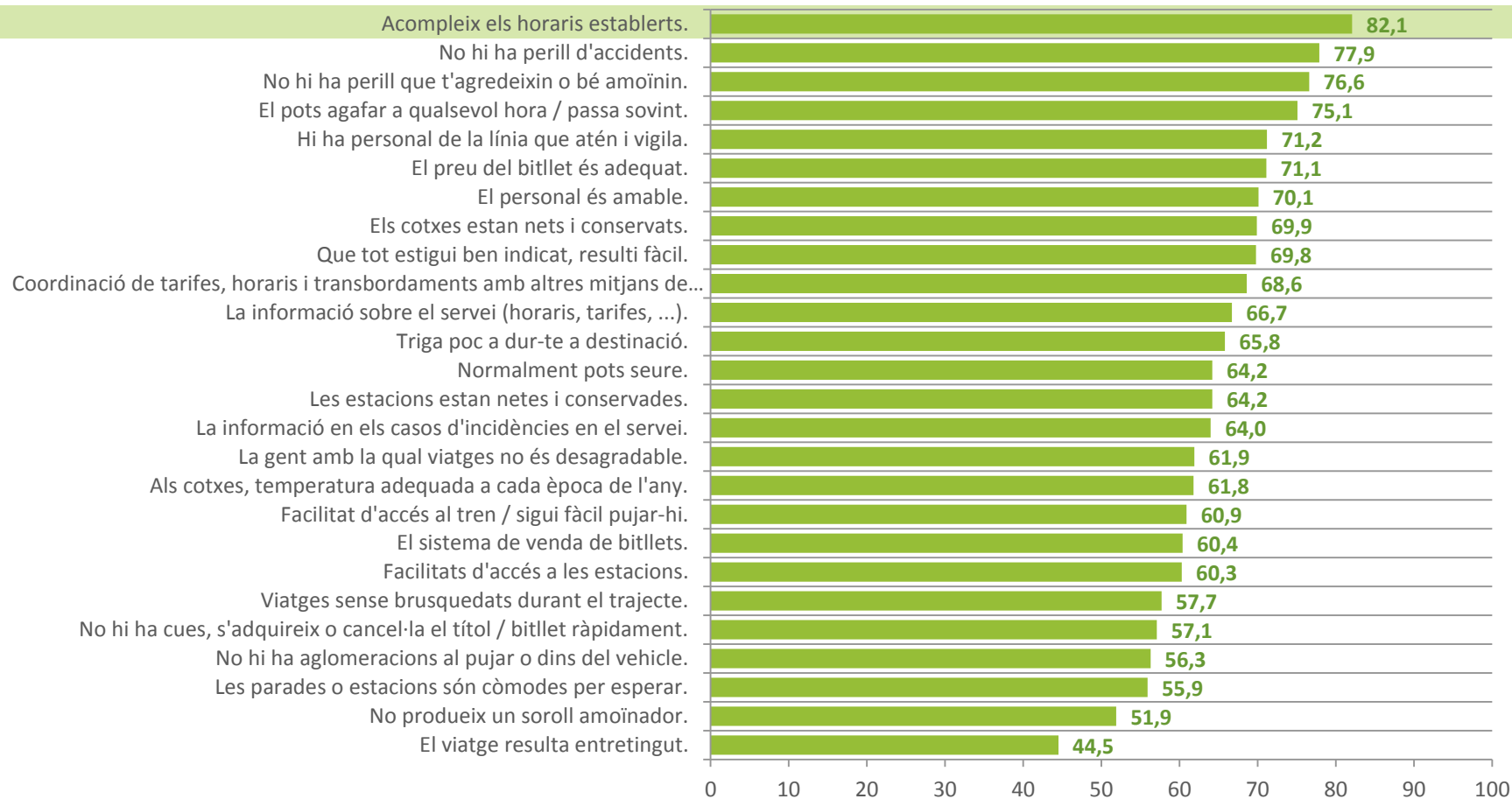
ESTACIÓ DE BAIXADA																		
	Total	01. LLEIDA-PIRINEUS	02. ALCOLETGE	03. VILANOVA DE LA BARCA	04. TÈRMENS	05. VALLFOGONA DE BALAGUER	06. BALAGUER	07. GERB	08. SANT LLORENÇ DE MONTGAI	09. VILANOVA DE LA SAL	10. SANTA LINYA	11. ÀGER	12. CELLERS-LLIMIANA	13. GUÀRDIA DE TREMP	14. PALAU DE NOGUERA	15. TREMP	16. SALÀS DE PALLARS	17. LA POBLA DE SEGUR
ESTACIÓ DE PUJADA																		
Total	208	95	4	8	5	78										10		8
01. LLEIDA-PIRINEUS	89		3	6	4	65										8		3
02. ALCOLETGE	3	1					2											
03. VILANOVA DE LA BARCA	6	4				2												
04. TÈRMENS	10	4	1			5												
05. VALLFOGONA DE BALAGUER	3	2				1												
06. BALAGUER	59	56		2	1													
07. GERB	2	2																
08. SANT LLORENÇ DE MONTGAI	2	1																1
09. VILANOVA DE LA SAL																		
10. SANTA LINYA																		
11. ÀGER	1																	1
12. CELLERS-LLIMIANA																		
13. GUÀRDIA DE TREMP																		
14. PALAU DE NOGUERA																		
15. TREMP	14	10					1											3
16. SALÀS DE PALLARS																		
17. LA POBLA DE SEGUR	19	15					2									2		

Resum dels principals resultats

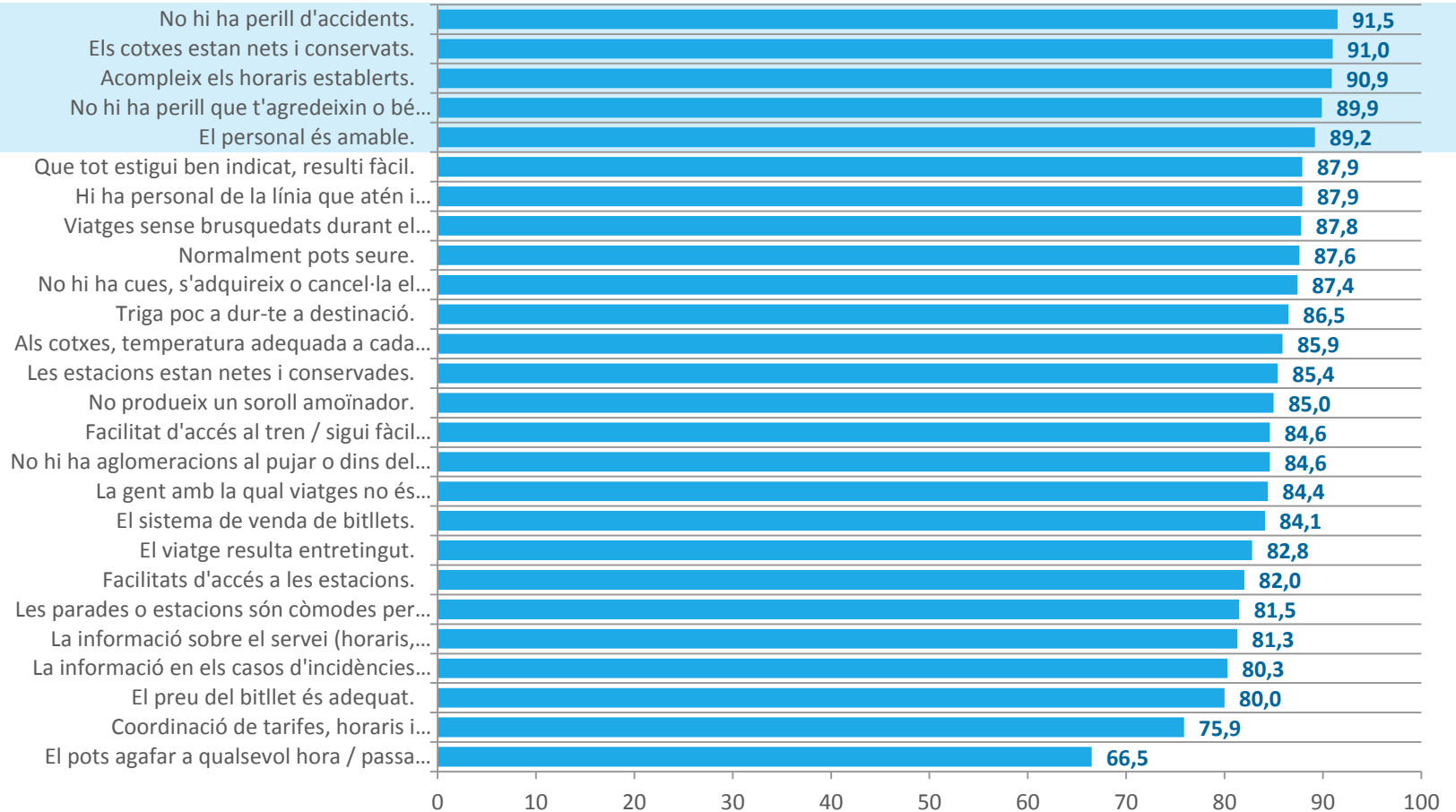
1. Importància i satisfacció

Importància i satisfacció dels atributs estudiats, evolució de la satisfacció, punts d'actuació i gràfics d'importància i satisfacció

Importància dels atributs estudiats

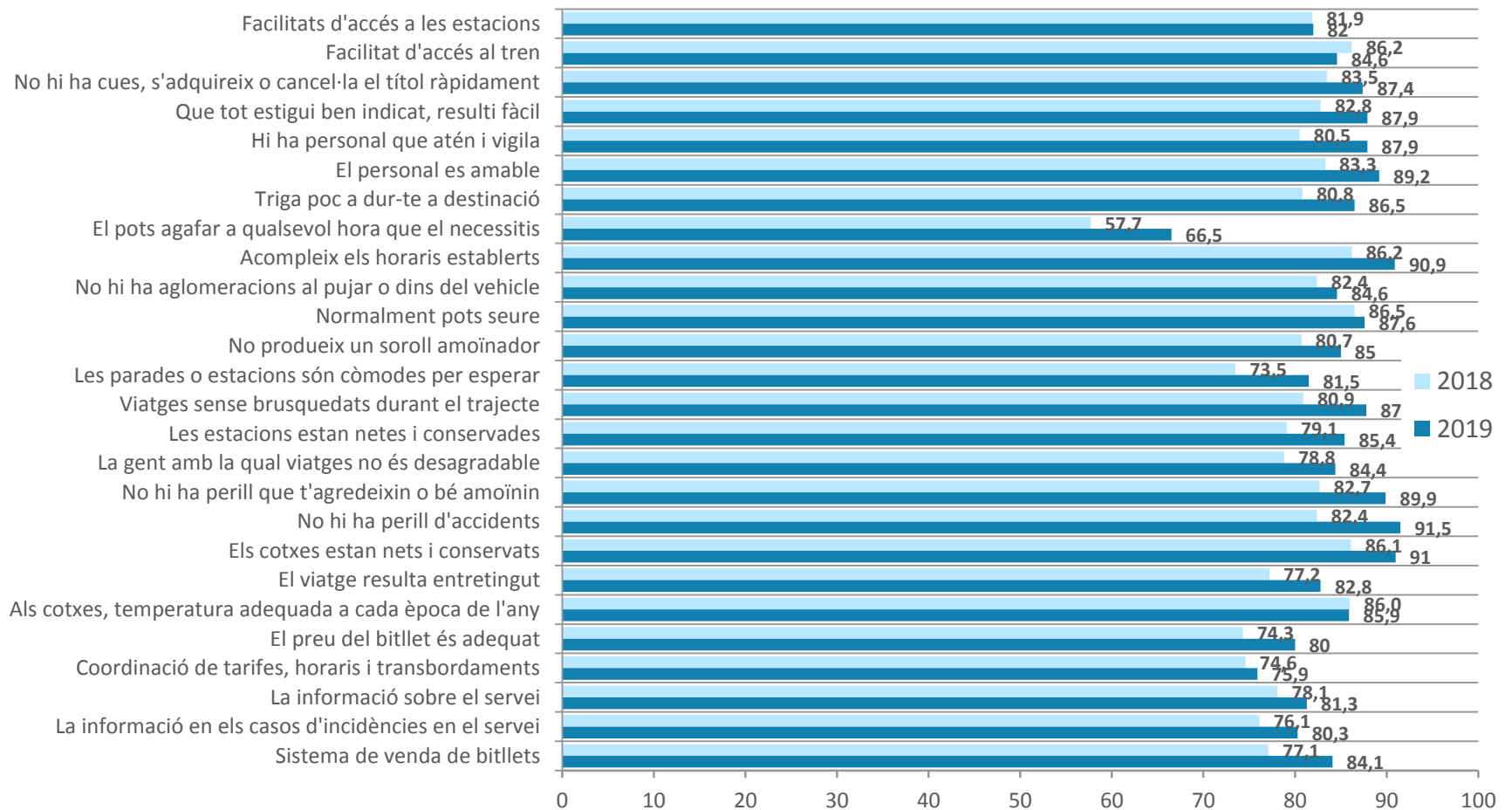


Satisfacció amb els atributs estudiats



Evolució de la satisfacció

2018-2019



Prioritats d'actuació

Elaboració de matrius de millora estratègica

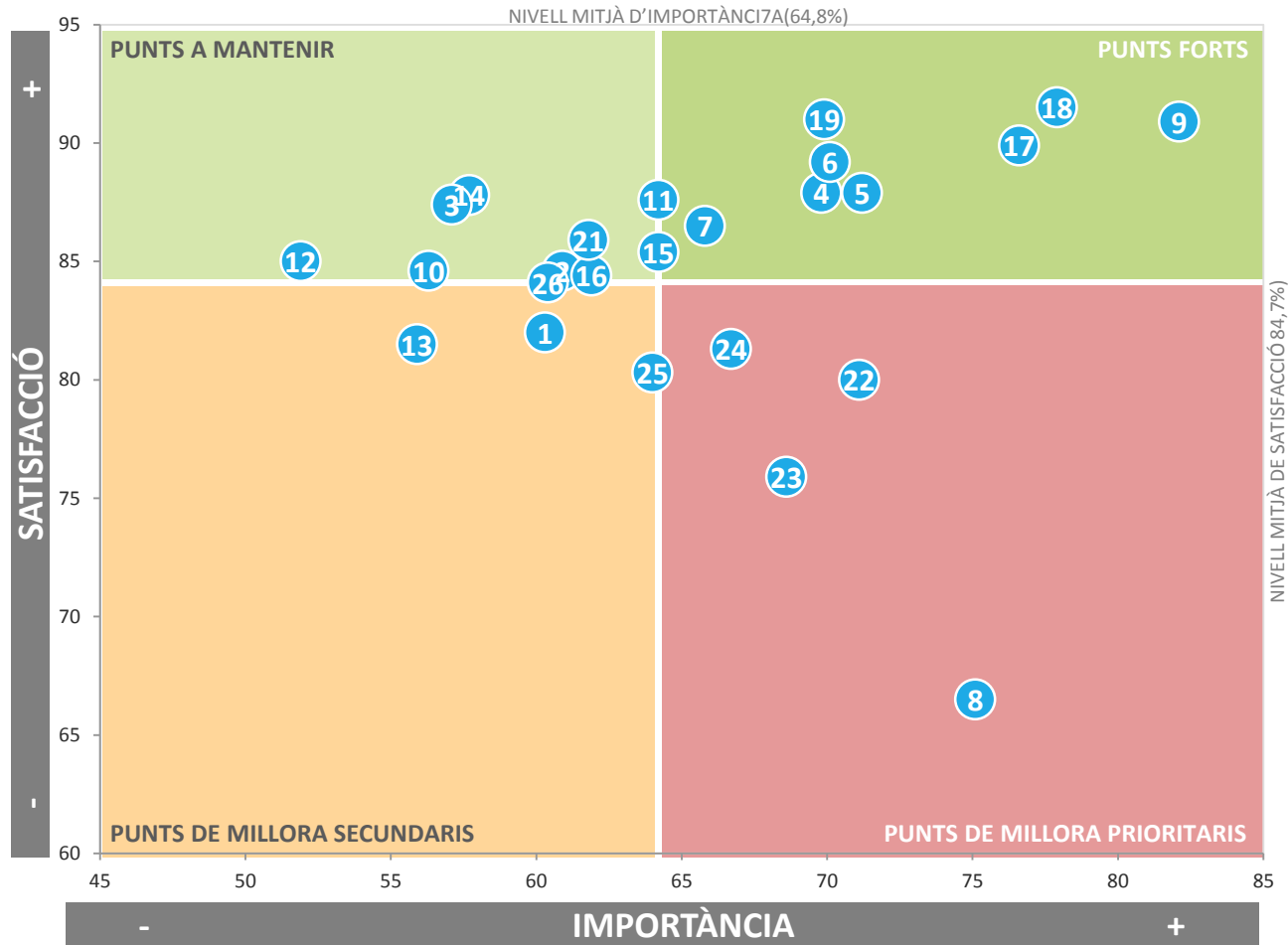
Els gràfics següents permeten comparar la **importància (eix horitzontal)** i el **nivell de satisfacció declarat** pels usuaris (**eix vertical**) d'un atribut de servei determinat.

En els gràfics es pot veure fàcilment en quins aspectes cal millorar més especialment basant-se en quin dels **quatre quadrants** següents queda posicionat l'atribut.



Matriu de millora estratègica

Importància per satisfacció Línia Lleida – La Pobla de Segur



1. Facilitats d'accés a les estacions
2. Facilitat d'accés al tren
3. No hi ha cues, s'adquireix o cancel·la el títol ràpidament
4. Que tot estigui ben indicat, resulti fàcil
5. Hi ha empleats que atenen i vigilen
6. Els empleats són amables
7. Triga poc a dur-te a destinació
8. El pots agafar a qualsevol hora que el necessitis
9. Acomplir els horaris establerts
10. No hi ha aglomeracions al pujar o dins del vehicle
11. Normalment pots anar assegut
12. No produeix un soroll amoïnador
13. Les parades o estacions són còmodes per esperar
14. Viatges sense brusquedats durant el trajecte
15. Les estacions estan netes i conservades
16. La gent amb la qual viatges no és desagradable
17. No hi ha perill que t'agredeixin o bé amoïnin
18. No hi ha perill d'accidents
19. Els cotxes estan nets i conservats
20. El viatge resulta entretingut
21. Als cotxes, temperatura adequada a cada època de l'any
22. El preu del bitllet és adequat
23. Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments
24. La informació sobre el servei
25. La informació en els casos d'incidències en el servei
26. Sistema de venda de bitllets

Punts d'actuació prioritaris

El pots agafar a qualsevol hora que el necessitis (8) és l'atribut menys valorat i, alhora, és un dels més importants.

Així mateix, la millora dels atributs següents revertiria en una millora de la percepció de l'usuari atès que tenen una importància per sobre de la mitjana mentre que la satisfacció està per sota:

- 8. El pots agafar a qualsevol hora que el necessitis
- 22. El preu del bitllet és adequat
- 23. Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments
- 24. La informació sobre el servei

2. Índex de Satisfacció del Client (ISC)

Metodologia, evolució ISC, ISC per línia i per servei, ISC per segments i ISC per atributs

Índex de Satisfacció del Client (ISC)

Metodologia

El **nivell de satisfacció** (X) és la puntuació expressada en una escala de 0 a 10. Aquest nivell de satisfacció es pondera segons la **importància** atorgada pels usuaris a cada un dels atributs.

Per a facilitar la comparació entre la importància i la satisfacció, ambdós conceptes es posen base 100.

- **ISC de cada atribut**

És la mitjana de les valoracions donades a cada atribut per tots els viatgers, ponderant cadascuna d'elles segons la importància que li assigna a cada individu aquest ítem.

$$ISC_{(i)} = \frac{\sum_{j=1}^n W_i^j \cdot X_j^i}{\sum_{j=1}^n W_i^j}$$

- **ISC de cada individu**

És la mitjana de les valoracions dels aspectes ponderada per la importància que aquest individu dóna a cada aspecte.

$$ISC_{(i)} = \frac{\sum_{j=1}^{12} W_i^j \cdot X_j^i}{\sum_{j=1}^{12} W_i^j}$$

- **ISC global**

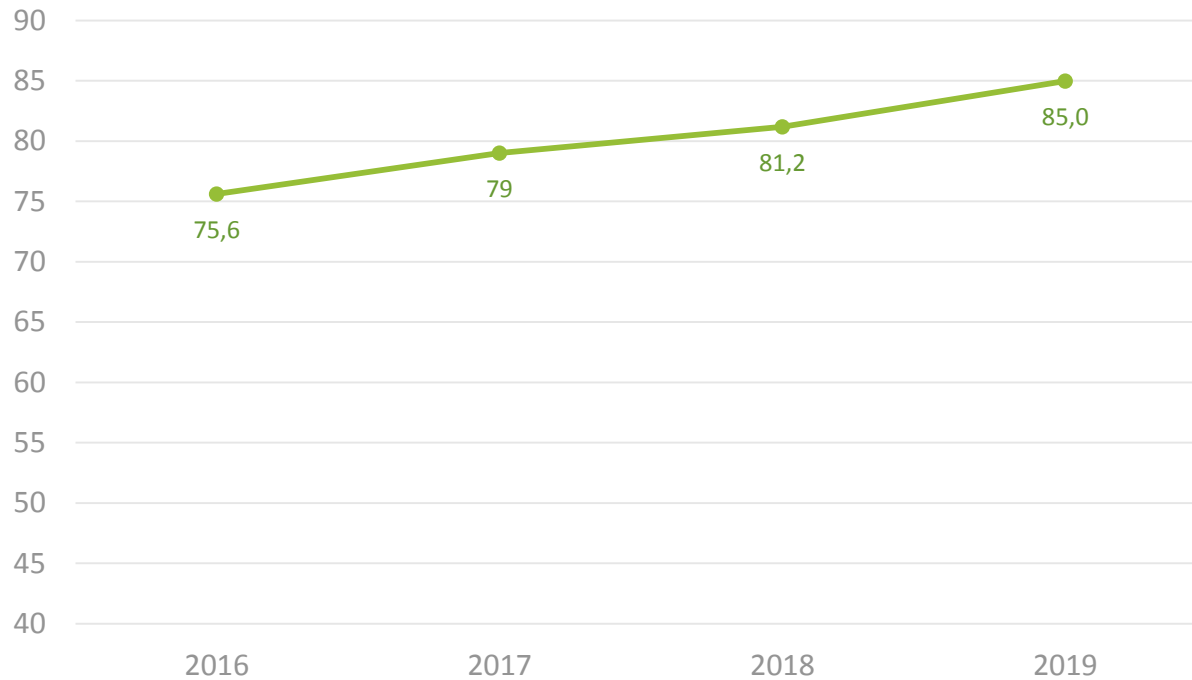
És la mitjana aritmètica dels ISC de cada individu.

$$ISC = \frac{\sum_{j=1}^n ISC_j}{n}$$

Evolució ISC

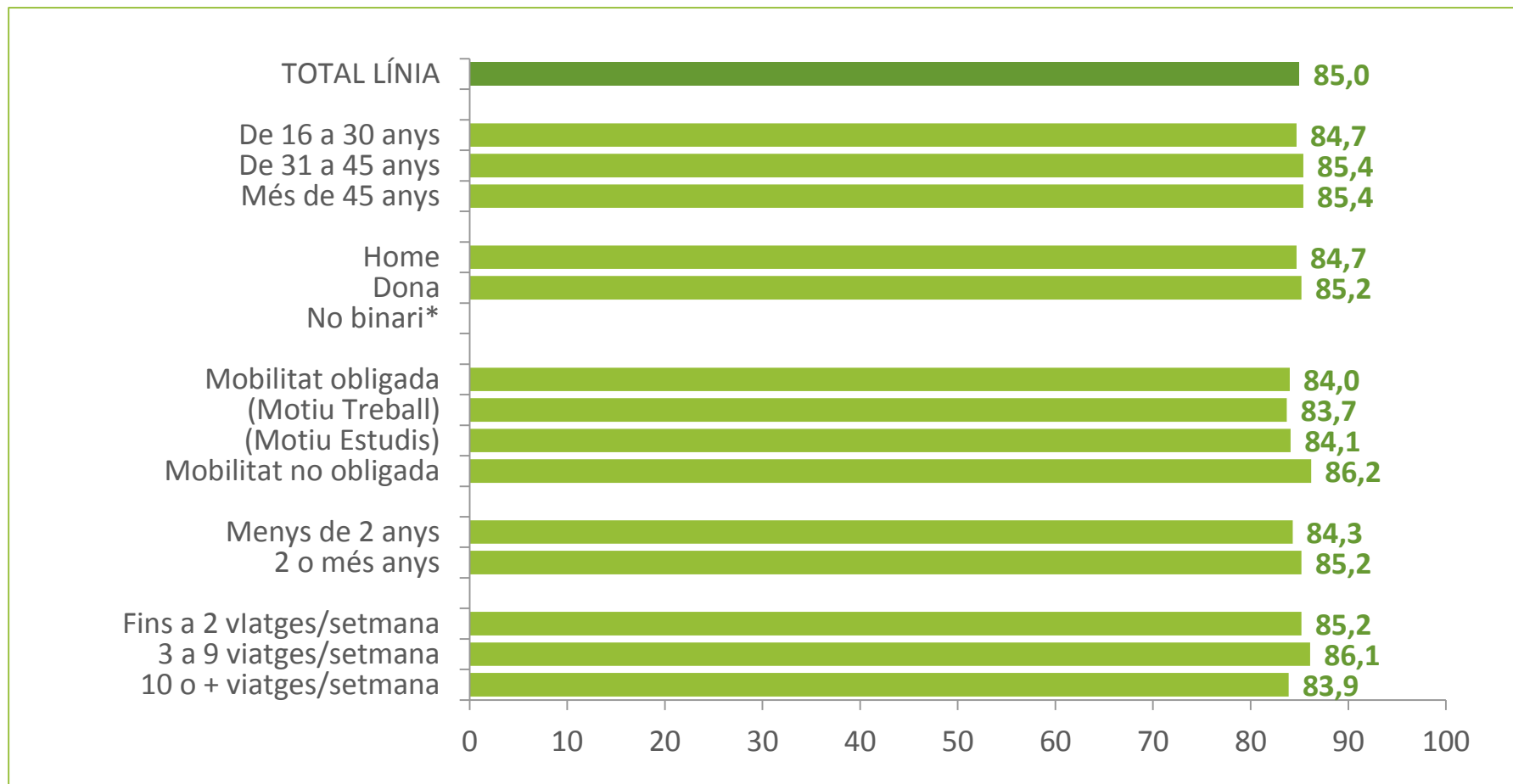
Evolució 2016-2018

L'ISC d'enguany mostra un increment respecte del de l'any anterior.



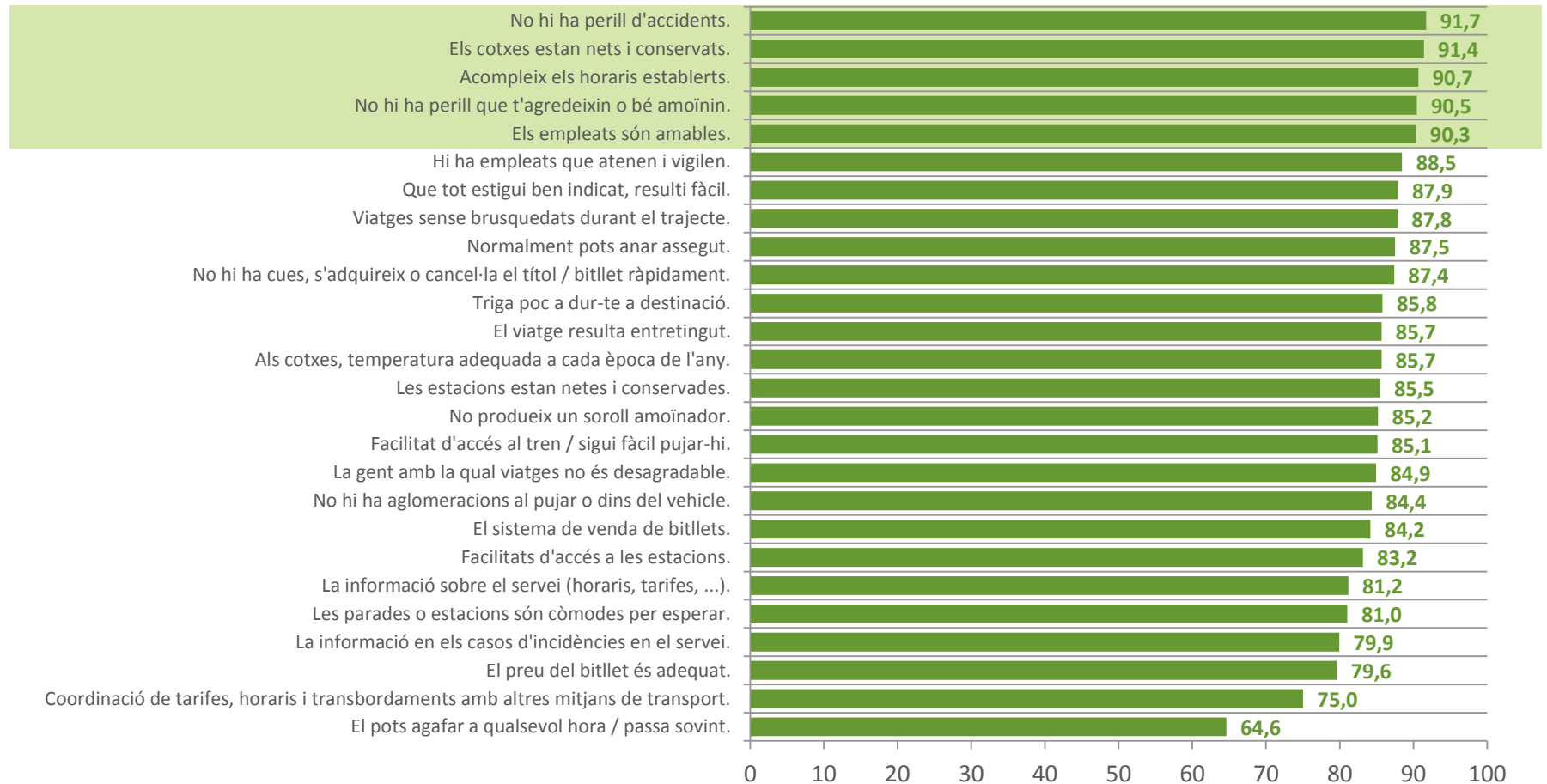
ISC per segments

Resultats per edat, sexe, tipus de mobilitat, antiguitat i freqüència d'ús



* Base insuficient

ISC per atributs

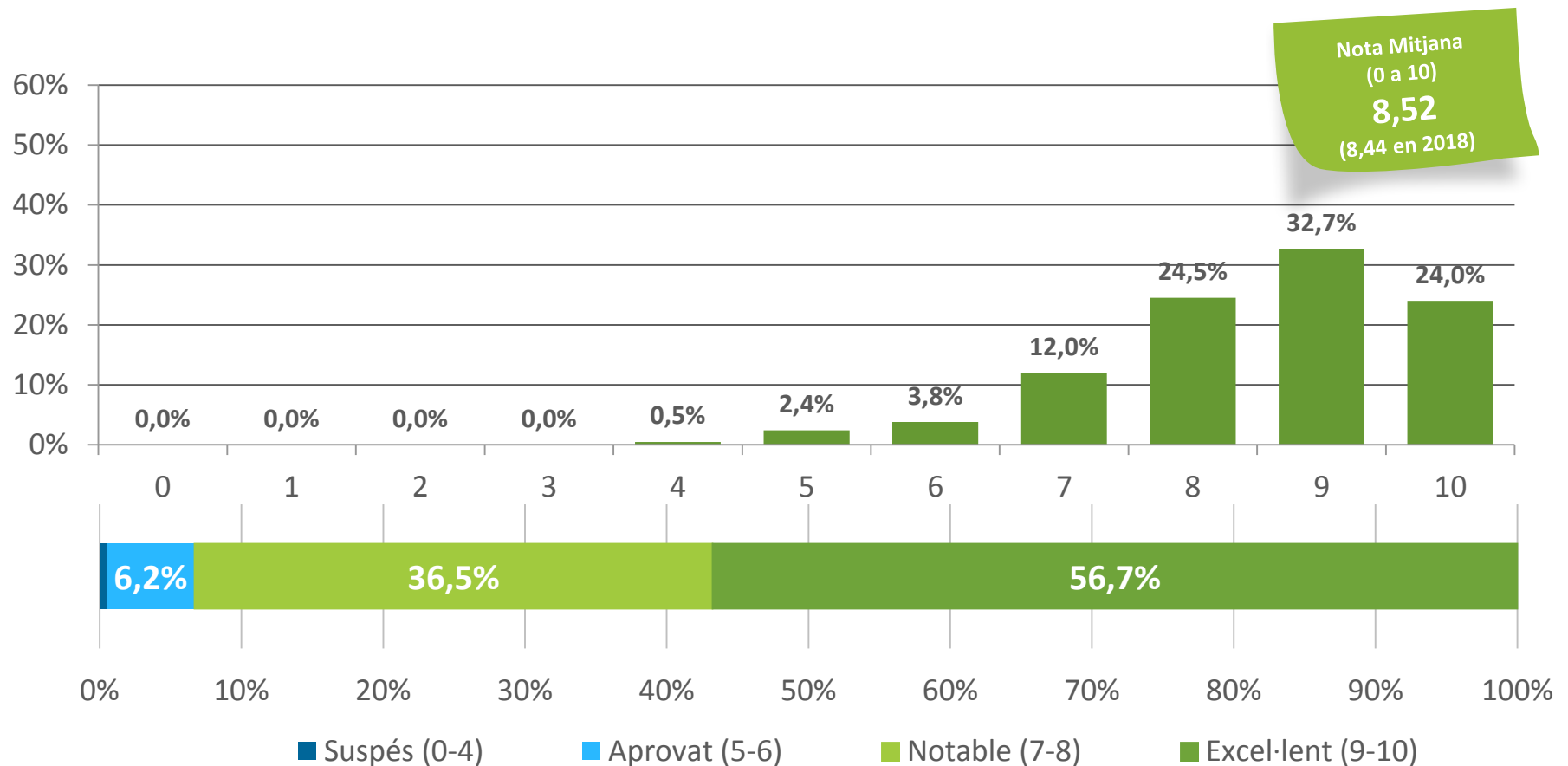


3. Valoració del servei

Valoració global del servei i evolució en els darrers dos anys, comparativa amb altres mitjans de transport i aspectes que haurien de millorar

Valoració global del servei

Línia Lleida – La Pobla

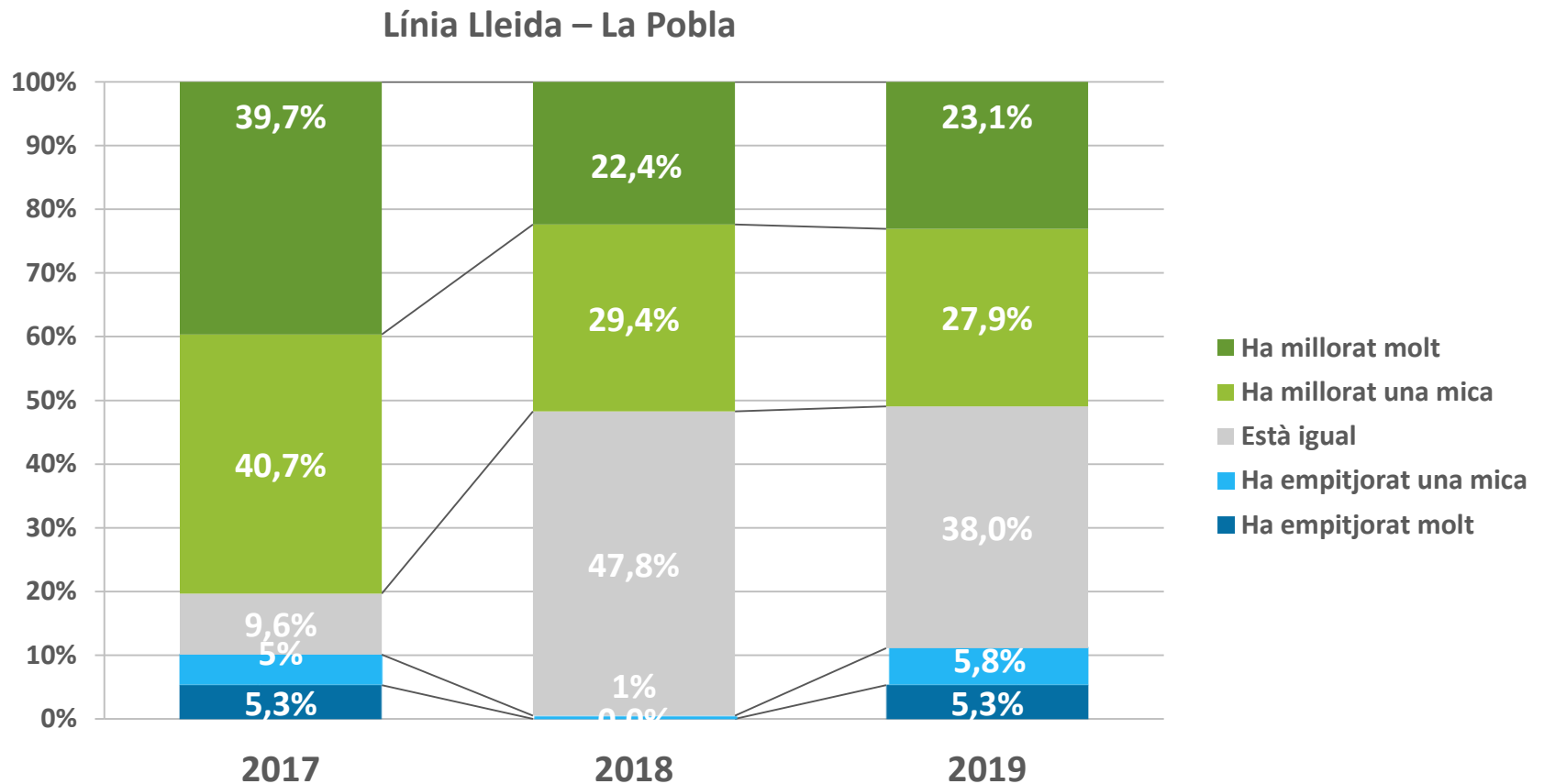


(P6) Quina nota global del 0 al 10 li donaria vostè a la Línia de Lleida – La Pobla de Segur, sent 0 una valoració molt negativa i 10 molt positiva?

BASE: TOTAL MOSTRA (208 persones entrevistades)

Evolució del servei en els darrers dos anys

Evolució 2017 - 2019

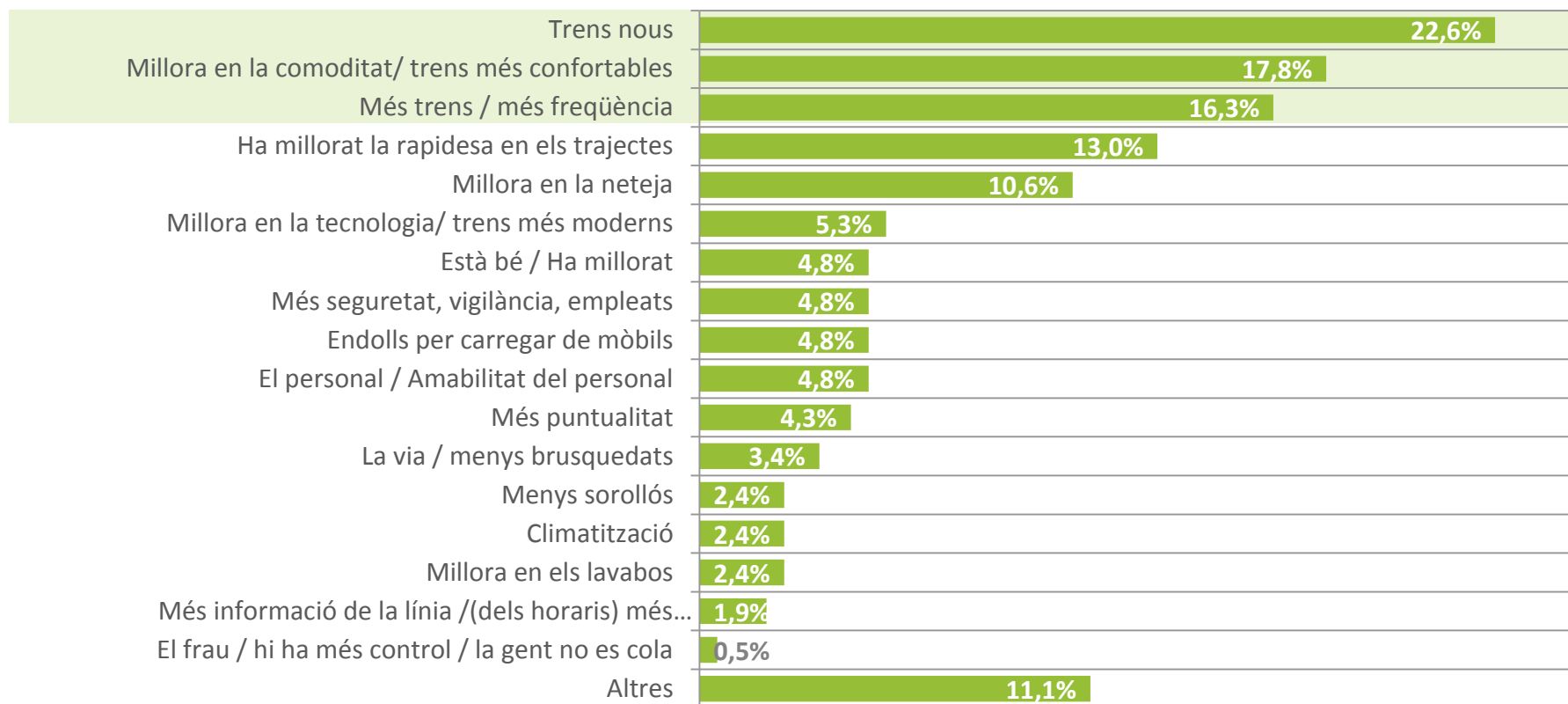


(P17) Referint-nos ara al servei d'aquesta línia en general, en els darrers dos anys, fins a quin punt creu vostè que ha millorat o que ha empitjorat?

BASE: TOTAL MOSTRA (208 persones entrevistades)

Milliores percebudes en el servei en els darrers dos anys

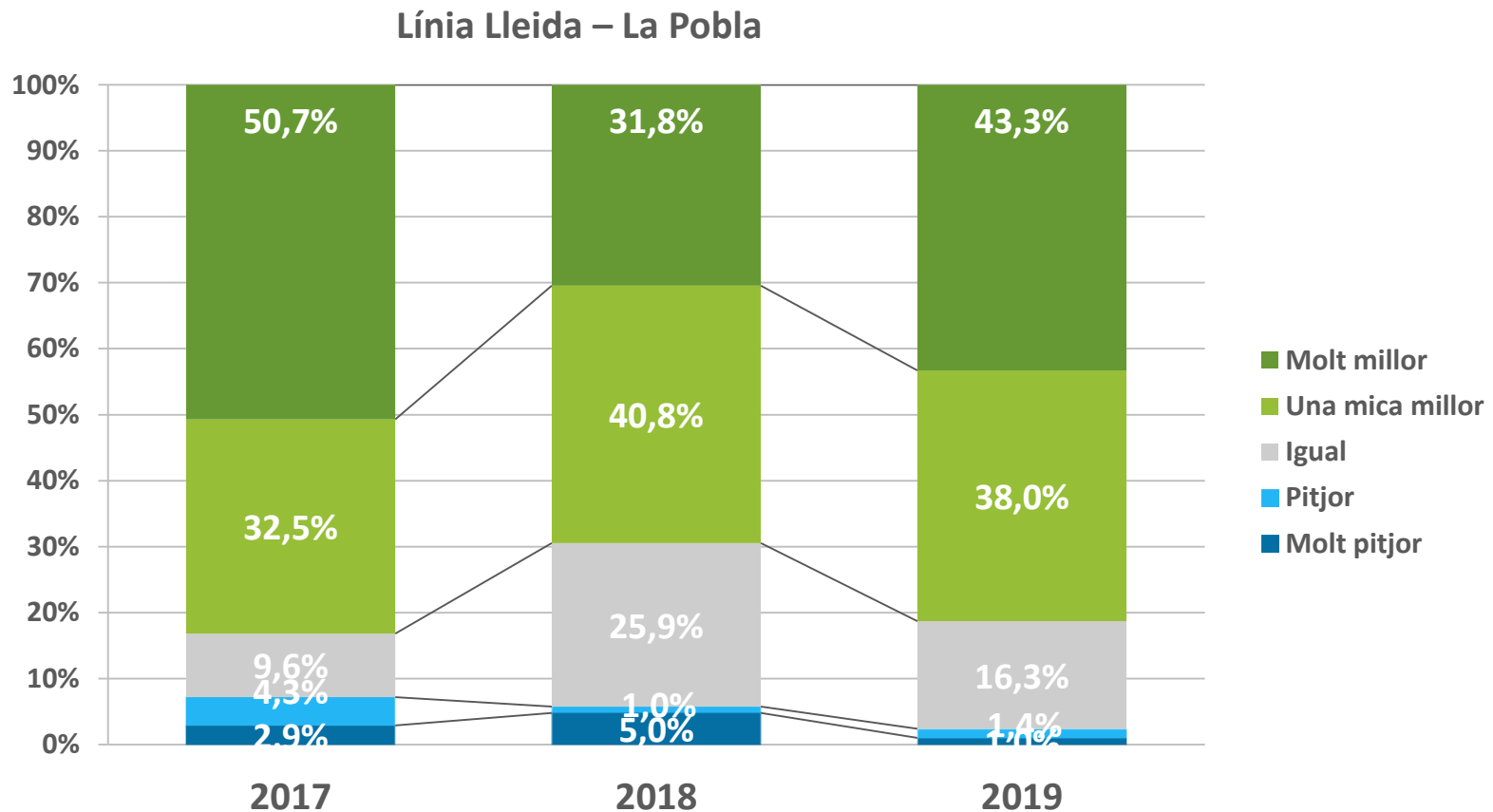
Línia Lleida – La Pobla



(P14) En quins aspectes del servei d'aquesta línia creu vostè que s'ha notat una millora en els darrers dos anys? (RESPOSTA ESPONTÀNIA. NO SUGGERIR. INSISTIR) Cap més aspecte?

Comparativa del servei amb altres mitjans de transport

Evolució 2017 - 2019

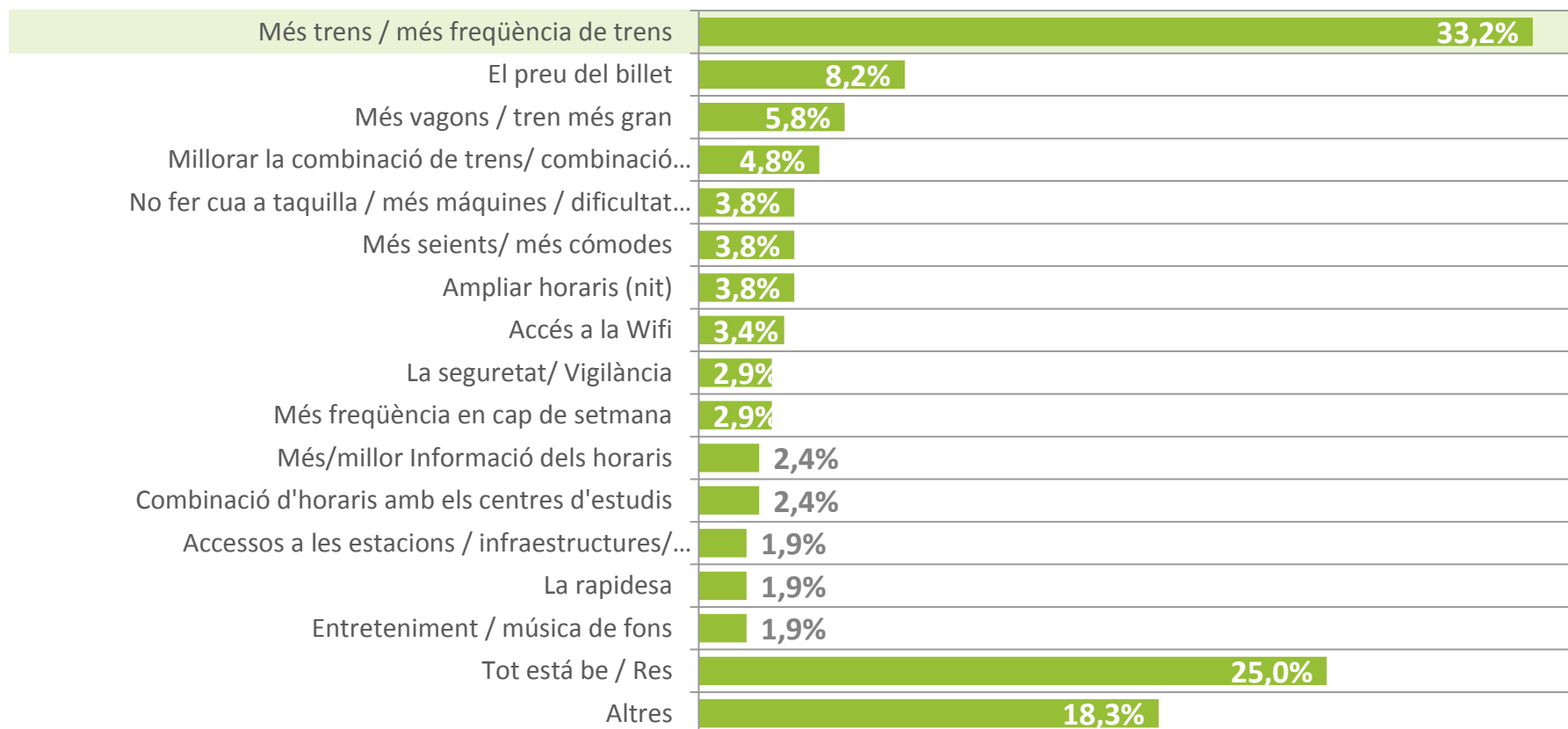


(P18) Com valora vostè el servei d'aquesta línia dels FGC respecte al d'altres mitjans/companyies de transport?

BASE: TOTAL MOSTRA (208 persones entrevistades)

Aspectes que haurien de millorar

Línia Lleida – La Pobla

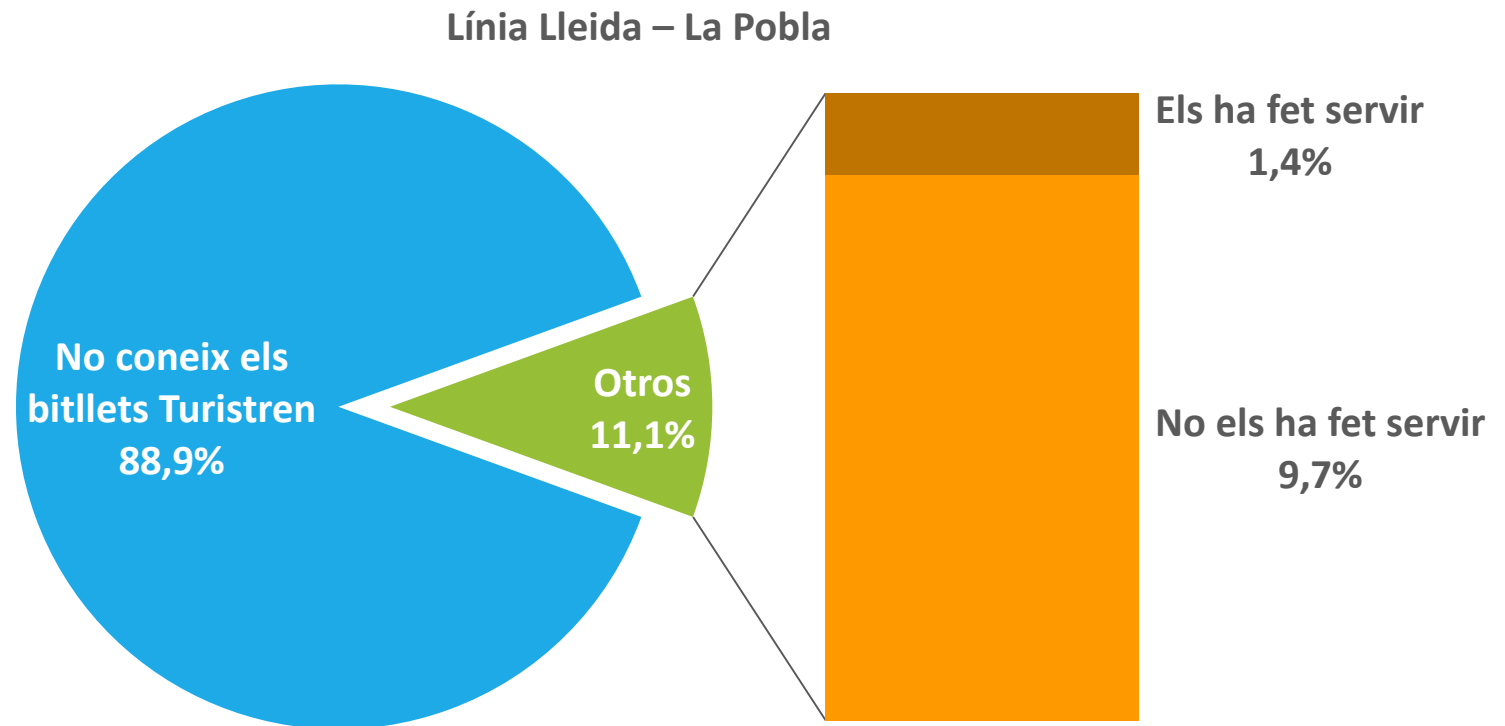


(P16) Quins aspectes del servei d'aquesta línia creu vostè que s'haurien de millorar?

BASE: TOTAL MOSTRA (208 persones entrevistades)

4. Coneixement i ús del bitllet combinat Turistren

Coneixement i ús del bitllet combinat Turistren

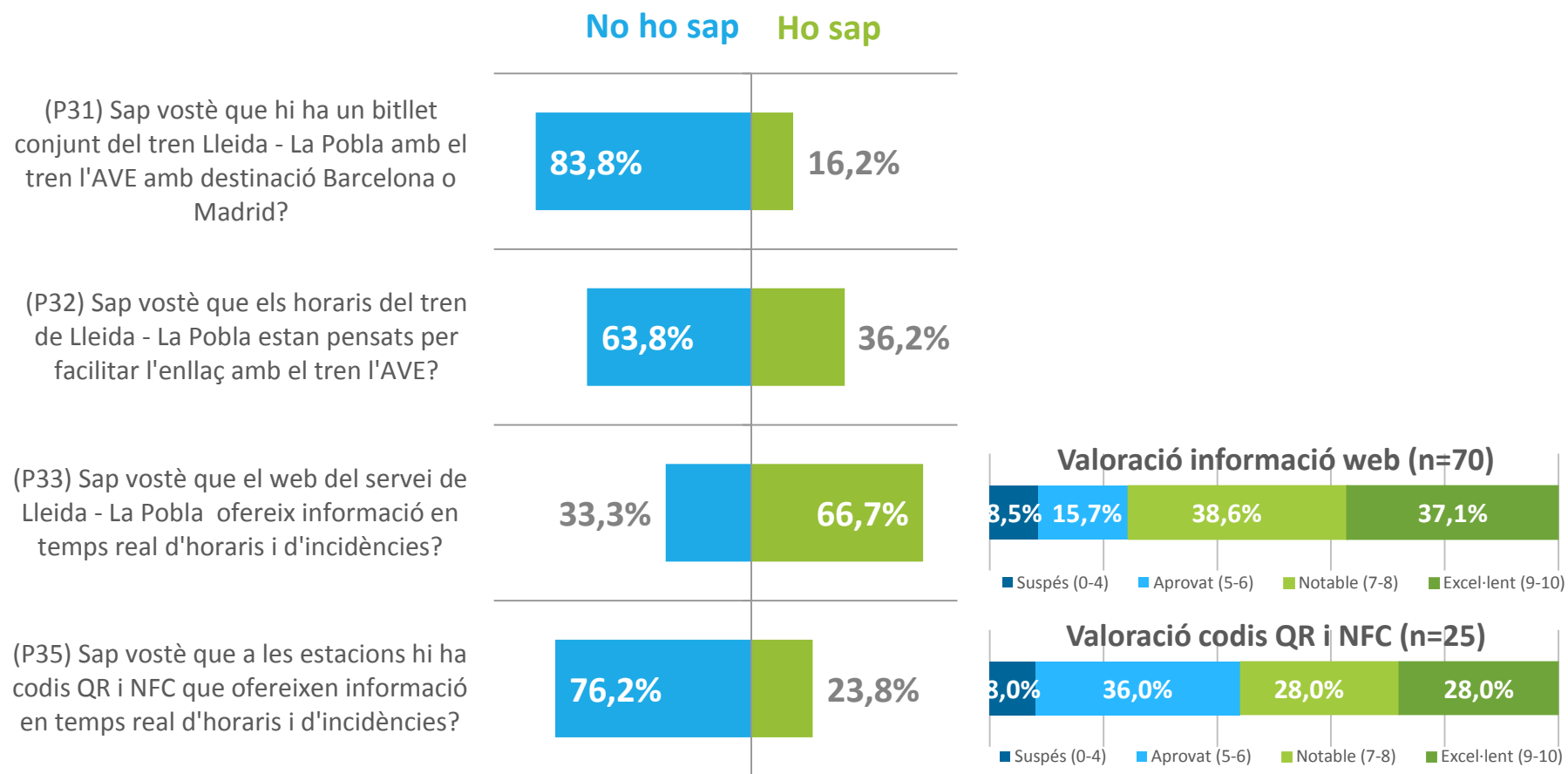


(P29) Sap vostè que hi ha un bitllet combinat “Tren + Activitat” anomenat TURISTREN, que combina el viatge amb tren amb la realització d’activitats de lleure com rutes culturals o visites a museus o centres d’interès turístic?

(P30) Ha fet servir mai algun d’aquests bitllets combinats de TURISTREN?

5. Coneixement de les prestacions del servei de la línia Lleida – La Pobla

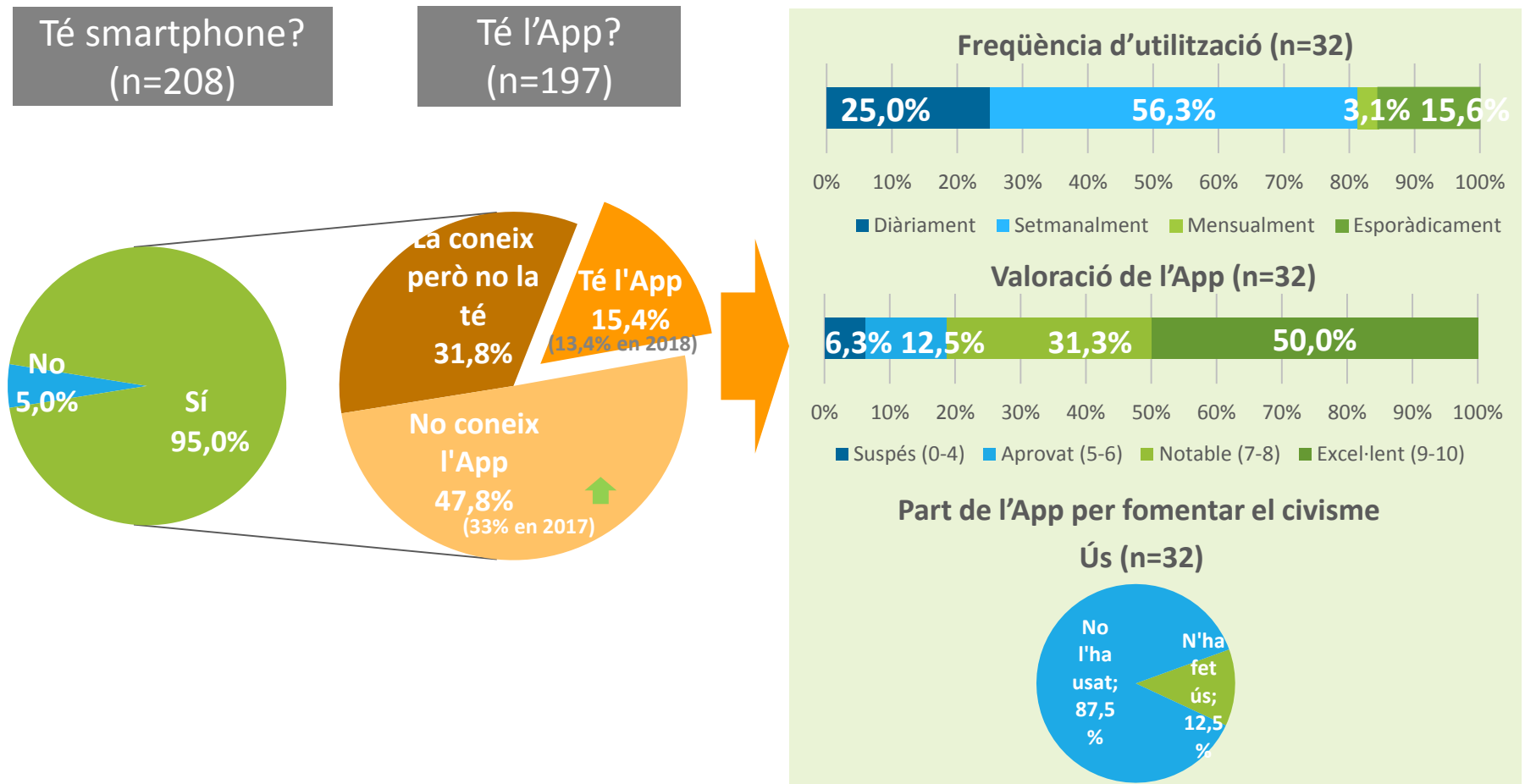
Coneixement de les prestacions del servei de la línia Lleida – La Pobla



6. Ús i avaluació de l'APP dels serveis de FGC

Ús i avaluació de l'APP dels serveis de FGC

Línia Lleida – La Pobla

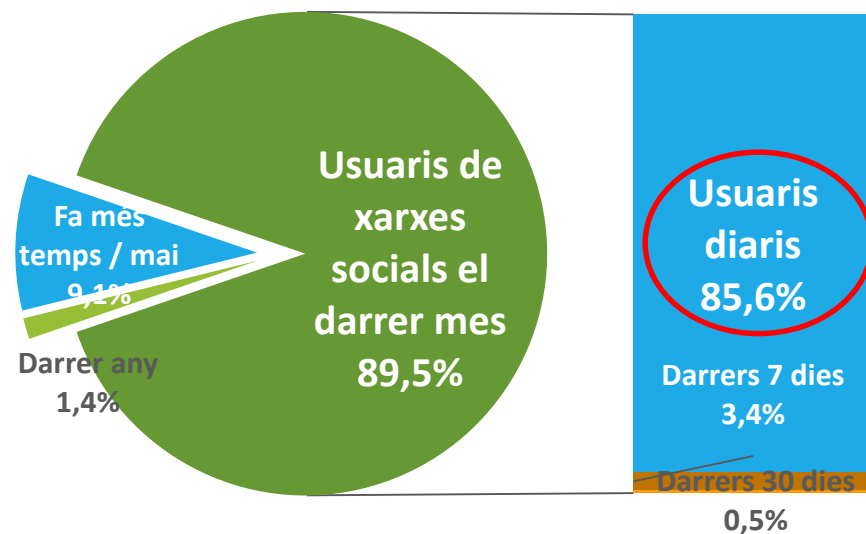


7. Ús de les xarxes socials

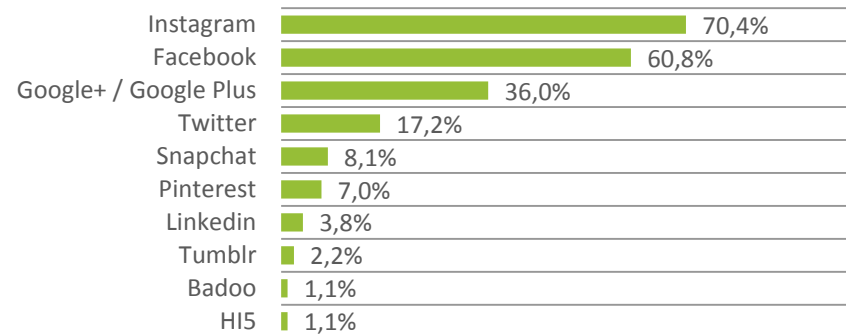
Índex d'ús de xarxes socials, xarxes utilitzades, motivacions d'ús i ús en relació amb mitjans de transport

Índex d'ús de xarxes socials, principals xarxes i motivacions d'ús

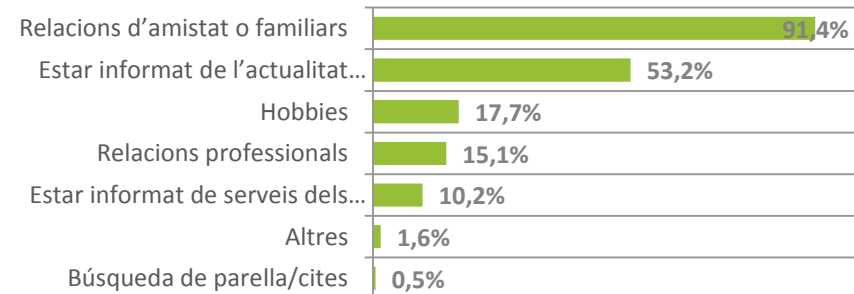
Línia Lleida – La Pobla



Xarxes socials utilitzades (n=186)



Principals motivacions d'ús (n=186)

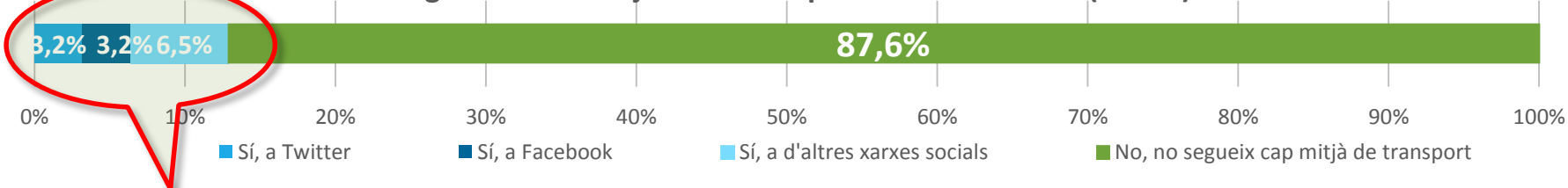


(P37) Sense tenir en compte el dia d'avui, ¿quan va ser el darrer cop que va accedir a una xarxa social? / (P38) Quines xarxes socials utilitza? (RESPOSTA MÚLTIPLE) N'utilitza cap altre? / (P39) Per a què fa servir les xarxes socials? (LLEGIR OPCIONS DE RESPOSTA. POSSIBLE RESPOSTA MÚLTIPLE)

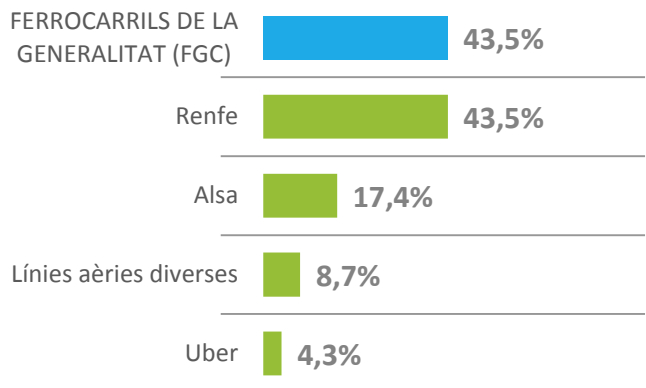
Mitjans de transport seguits a xarxes socials

Línia Lleida – La Pobla

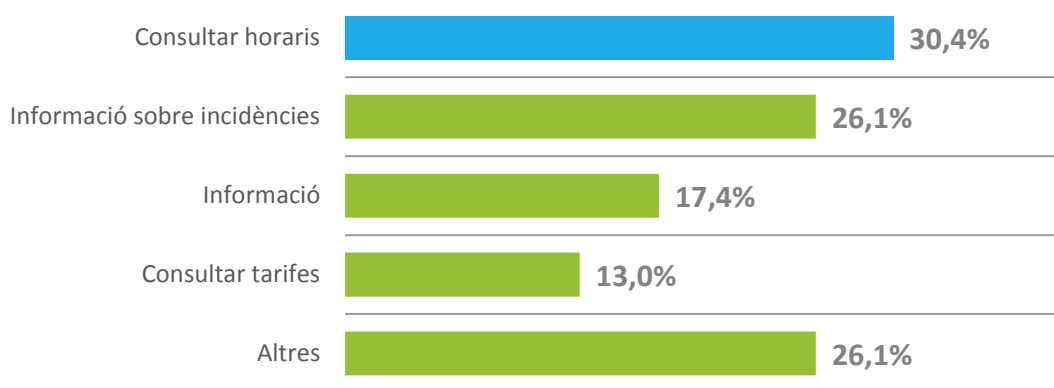
Seguiment de mitjans de transport a xarxes socials (n=165)



Quins mitjans segueix? (n=23)



Per a què fa servir les xarxes socials? (n=23)



(P40) És vostè seguidor/a d'algun mitjà de transport a alguna xarxa social (Facebook, Twitter, Instagram, etc.)? A quines? (RESPOSTA MÚLTIPLE)

(P41) De quins mitjans de transport és seguidor/a a xarxes socials? (RESPOSTA MÚLTIPLE) / (P42) Per a què fa servir les xarxes socials en relació amb els mitjans de transport? Per a què li serveixen?

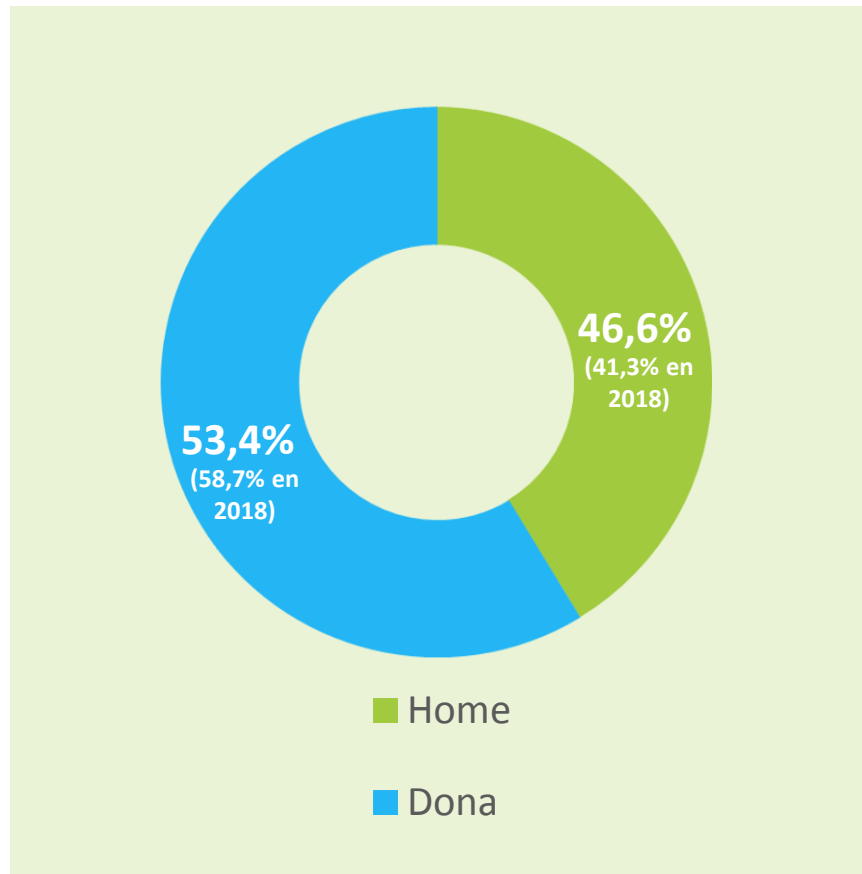
8. Perfil de la persona usuària

Perfil de la persona usuària

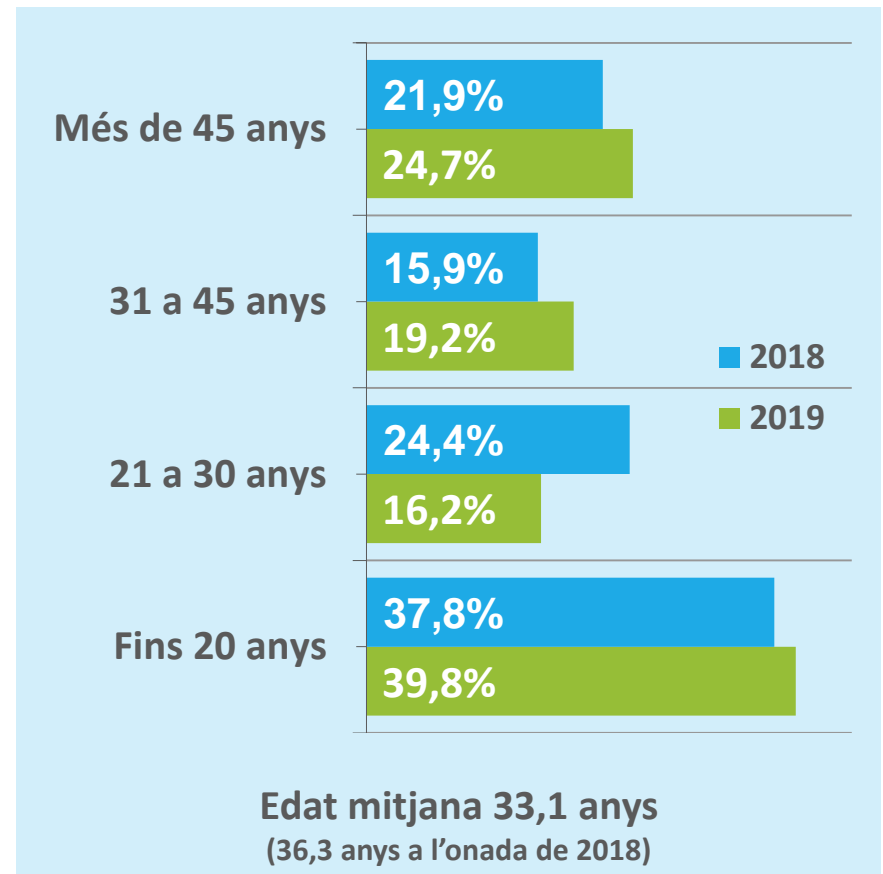
Gènere i edat

2019

Gènere

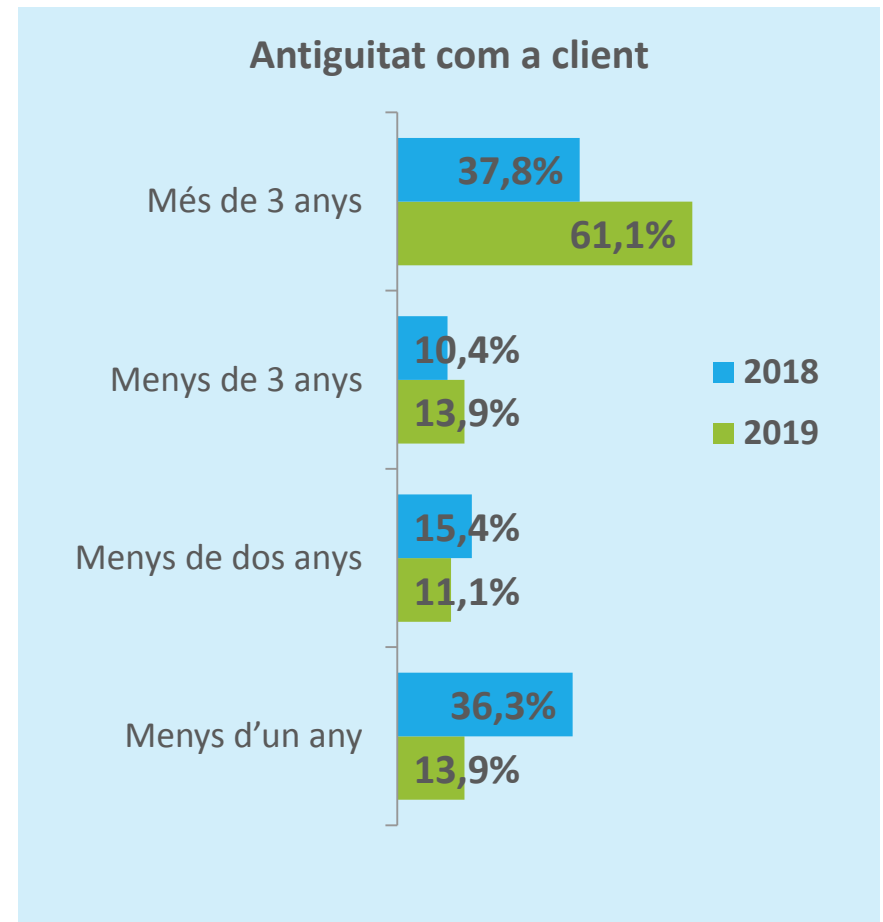
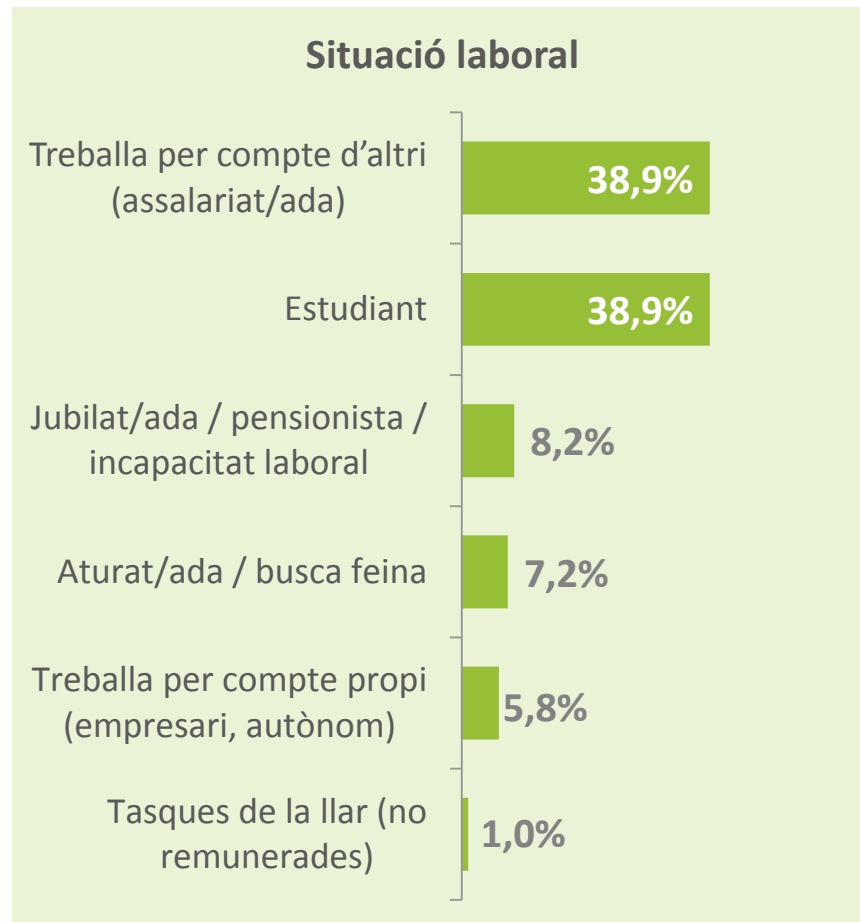


Edat



Perfil de la persona usuària

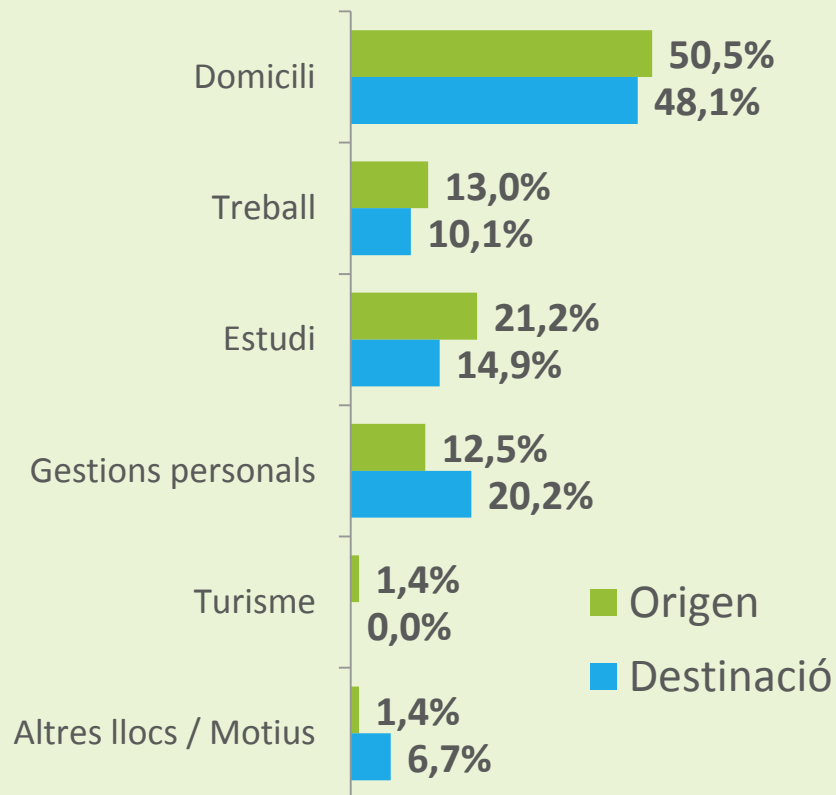
Situació laboral i antiguitat com a client de FGC



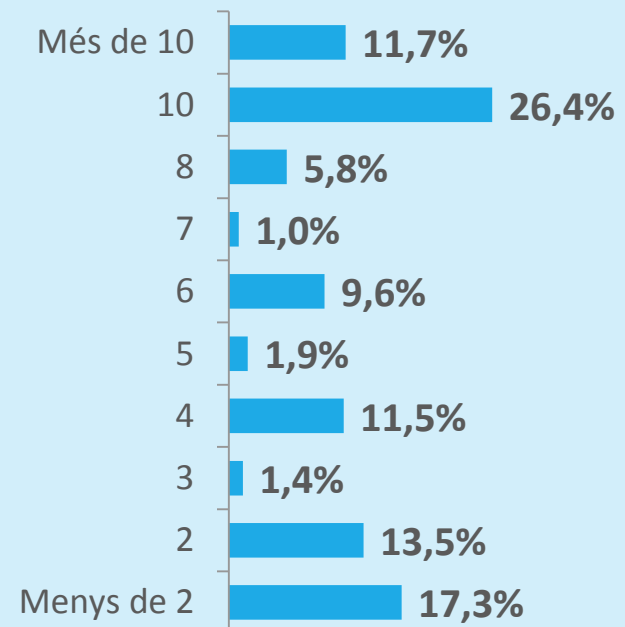
Perfil de la persona usuària

Motiu del desplaçament i mitjana setmanal de trajectes amb FGC

Principal motiu del desplaçament



Mitjana setmanal de trajectes



Mitjana setmanal 6,3 viatges
(5,1 viatges a l'onada de 2018)

9. Síntesi de resultats

Síntesi de resultats

- L'índex de satisfacció del client (ISC) de la línia Lleida - La Pobla de Segur creix any rere any de manera regular i constant. Enguany **obté un valor de 85,0**, superior al 81,2 de 2018, al 79 de 2017 i també al 75,6 obtingut en 2016.
- Els aspectes millor valorats per les persones usuàries són que no hi ha perill d'accidents, que els cotxes estan nets i ben conservats, que aconsegueix els horaris establerts, que no hi ha perill que t'agredeixin i que el personal és amable.
- L'aspecte menys valorat és que no el pots agafar a qualsevol hora/passa sovint.



Síntesi de resultats

- La millora dels atributs següents revertiria en una millora de la percepció de la clientela atès que tenen una importància per sobre de la mitjana mentre que la satisfacció està per sota:
 - 8. El pots agafar a qualsevol hora que el necessitis
 - 22. El preu del bitllet és adequat
 - 23. Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments
 - 24. La informació sobre el servei



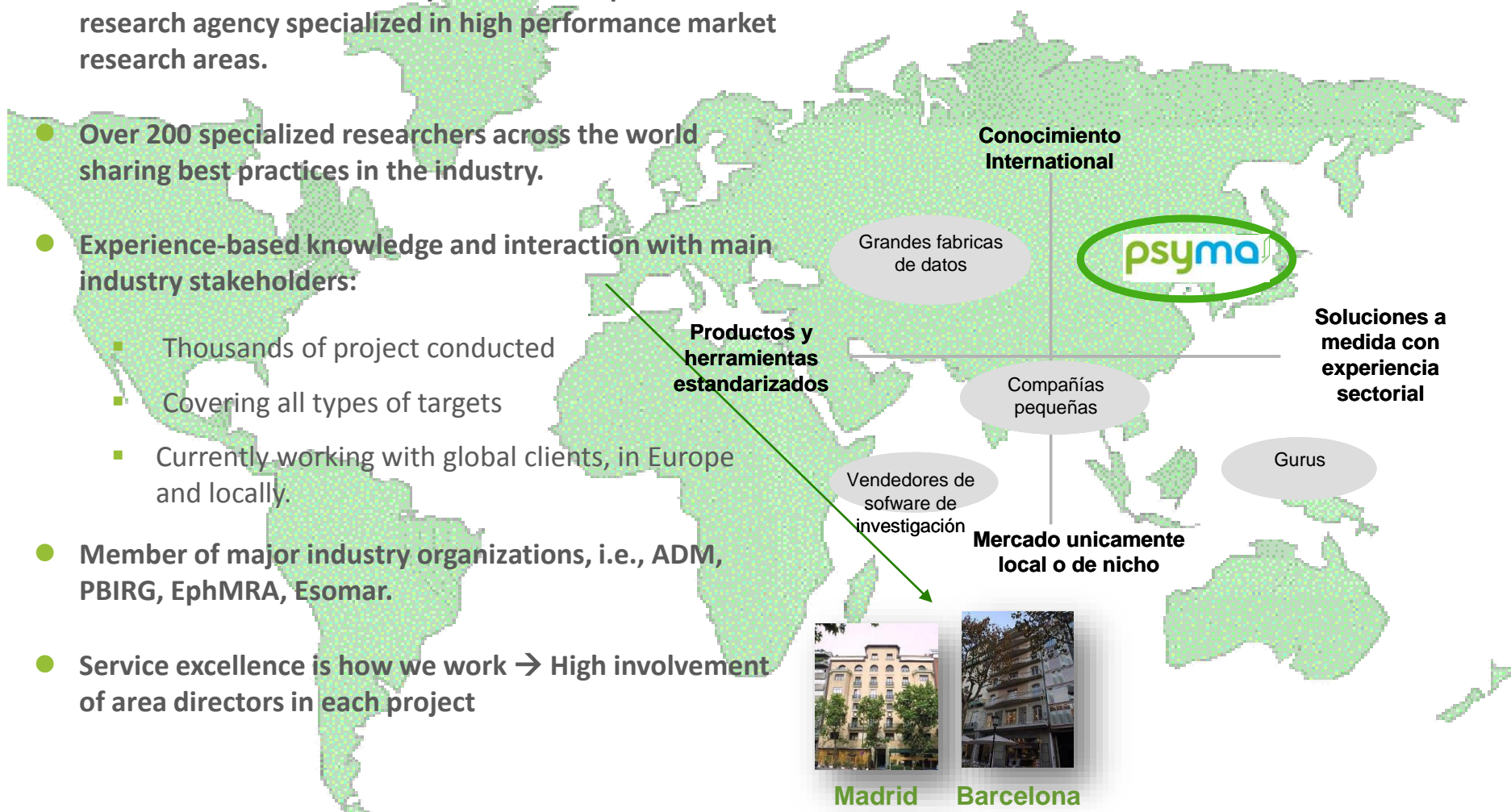
Background



Psyma Group overview

Background

- **Founded in 1957 in Germany. PSYMA Group is a research agency specialized in high performance market research areas.**
- **Over 200 specialized researchers across the world sharing best practices in the industry.**
- **Experience-based knowledge and interaction with main industry stakeholders:**
 - Thousands of project conducted
 - Covering all types of targets
 - Currently working with global clients, in Europe and locally.
- **Member of major industry organizations, i.e., ADM, PBIRG, EphMRA, Esomar.**
- **Service excellence is how we work → High involvement of area directors in each project**



The Psyma Team

Passionate People. Creative Solutions



Jordi Solà Ferrer

B2B & Consumer Packaged Goods Director

+34 673 808 734

jordi.sola@psyma.com

The logo for psyma, with 'psy' in green and 'ma' in blue.

Passionate People.
Creative Solutions.

Psyma Company
250 Passionate People
Creative Solutions
Worldwide

Tel +34 93 487 79 14
Fax +34 93 487 17 01
b2b-cpg@psyma.com
www.psyma.com