



REO núm: 1027
Data: 07/06/2022

Índex de Satisfacció del Client ISC 2021

Informe de resultats Lleida - La Pobla



Enquesta de Qualitat de Servei 2021 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: PEL219-128

Passionate People.
Creative Solutions.

Índex

Presentació	> 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

Índex

- | | |
|---|-----------|
| 4. Mitjà de transport utilitzat per accedir a l'estació | > anar-hi |
| 5. Coneixement i valoració dels canals digitals de FGC | > anar-hi |
| 6. Ús de xarxes socials | > anar-hi |
| 7. Perfil de la persona usuària | > anar-hi |
| 8. Síntesi de resultats | > anar-hi |

Presentació

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

Presentació de l'estudi

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'estudi

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'estudi

Objectius de la investigació

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

- **Seguretat**
- **Empremta ecològica** dels desplaçaments a les estacions
- Ús de **xarxes socials**
- **Perfil** de la persona usuària



Presentació de l'estudi

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 201 enquestes , la qual cosa comporta un marge d'error global de $\pm 6,00\%$, per a un nivell de confiança del 95,5% (dos sigma) en un univers finit de 724 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 tots els clients.
Treball de camp	De l' 1 al 3 de desembre de 2021

Presentació de l'estudi

Distribució de la mostra

La mostra total és de 201 entrevistes, 106 a persones usuàries que anaven en sentit Lleida – La Pobla de Segur i 95 fetes als qui viatjaven en sentit invers.

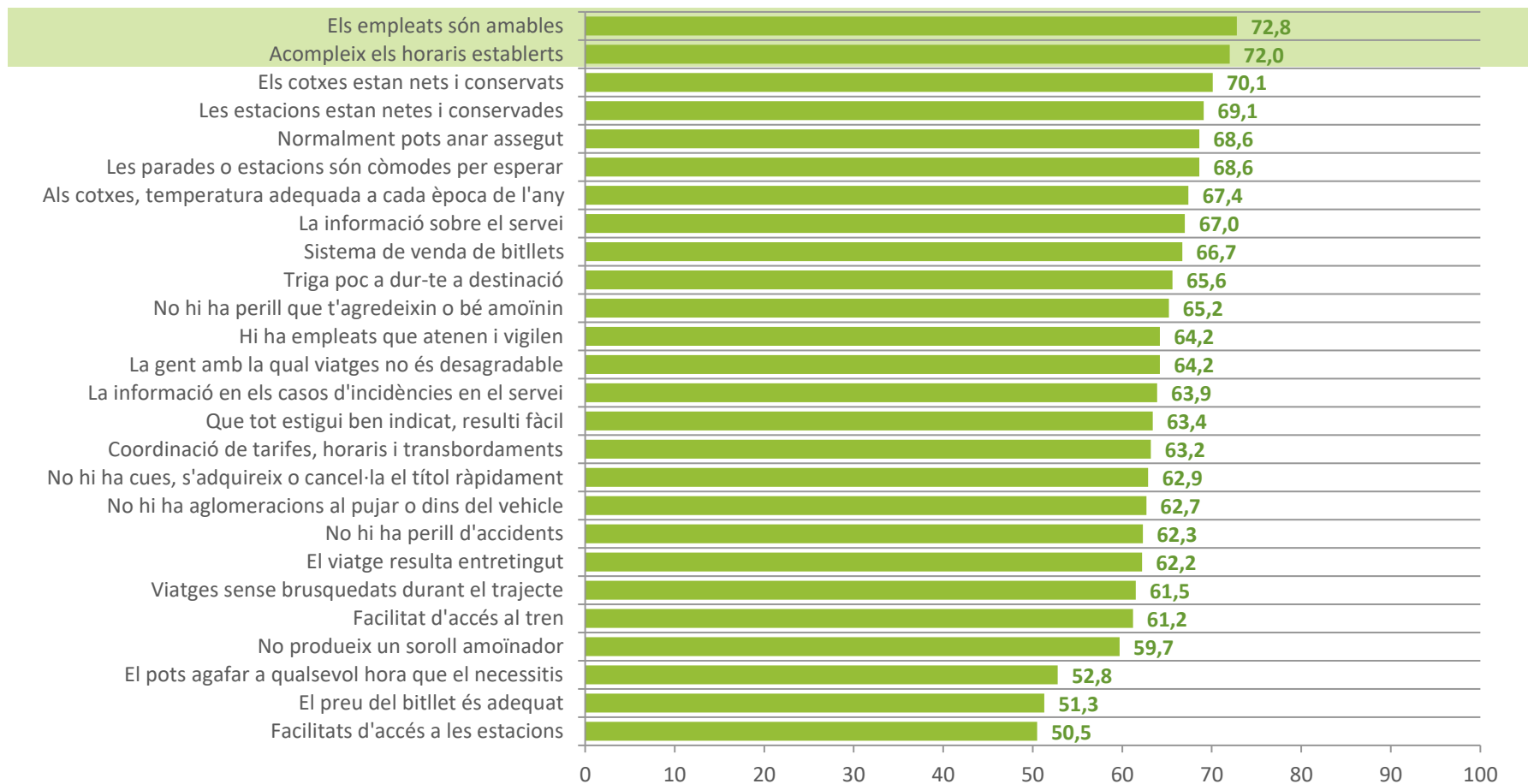
ESTACIÓ DE BAIXADA																	
Total	01. LLEIDA-PIRENEUS	02. ALCOLETGE	03. VILANOVA DE LA BARCA	04. TÈRMENS	05. VALLFOGONA DE BALAGUER	06. BALAGUER	07. GERB	08. SANT LLORENÇ DE MONTGAI	09. VILANOVA DE LA SAL	10. SANTA LINYA	11. ÀGER	12. CELLERS-LLIMIÀ	13. GUÀRDIA DE TREMP	14. PALAU DE NOGUERA	15. TREMP	16. SALÀS DE PALLARS	17. LA POBLA DE SEGUR
ESTACIÓ DE PUJADA																	
Total	201	88	13	7	6	2	30	1	1	1	4				14	1	33
01. LLEIDA-PIRENEUS	73		11	6	4	2	16	1	1		4				6		22
02. ALCOLETGE	7	6					1										
03. VILANOVA DE LA BARCA	5	3				2											
04. TÈRMENS	13	2				10								1			
05. VALLFOGONA DE BALAGUER	2	1															1
06. BALAGUER	84	66	2	1	2				1					3	1	1	8
07. GERB	1													1			
08. SANT LLORENÇ DE MONTGAI	2													2			
09. VILANOVA DE LA SAL																	
10. SANTA LINYA																	
11. ÀGER																	
12. CELLERS-LLIMIÀ	1						1										
13. GUÀRDIA DE TREMP																	
14. PALAU DE NOGUERA																	
15. TREMP	6	4															2
16. SALÀS DE PALLARS																	
17. LA POBLA DE SEGUR	7	6												1			

Resum dels principals resultats

1. Importància i satisfacció

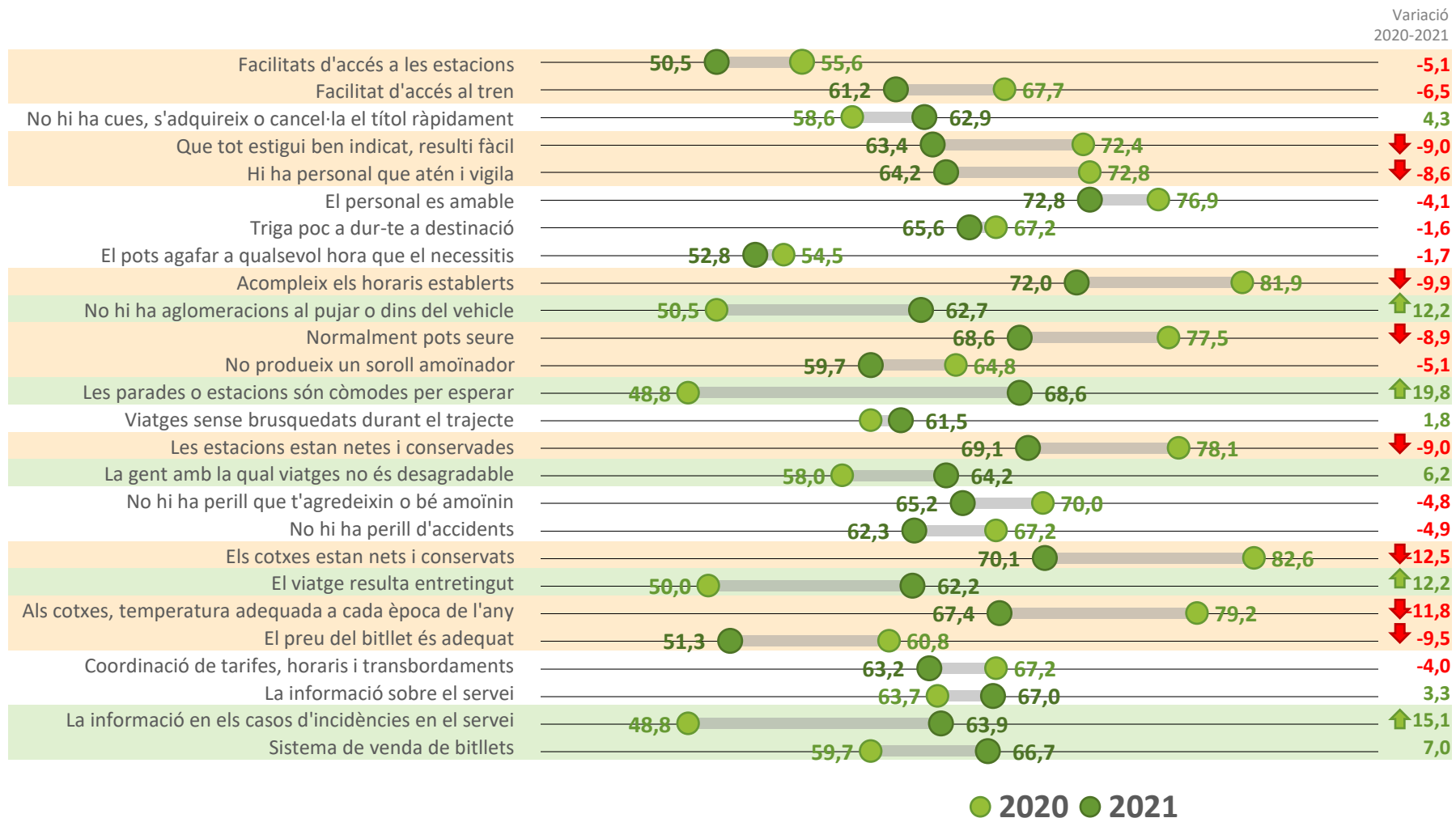
Importància i satisfacció dels atributs estudiats, evolució de la satisfacció, punts d'actuació i gràfics d'importància i satisfacció

Importància dels atributs estudiats

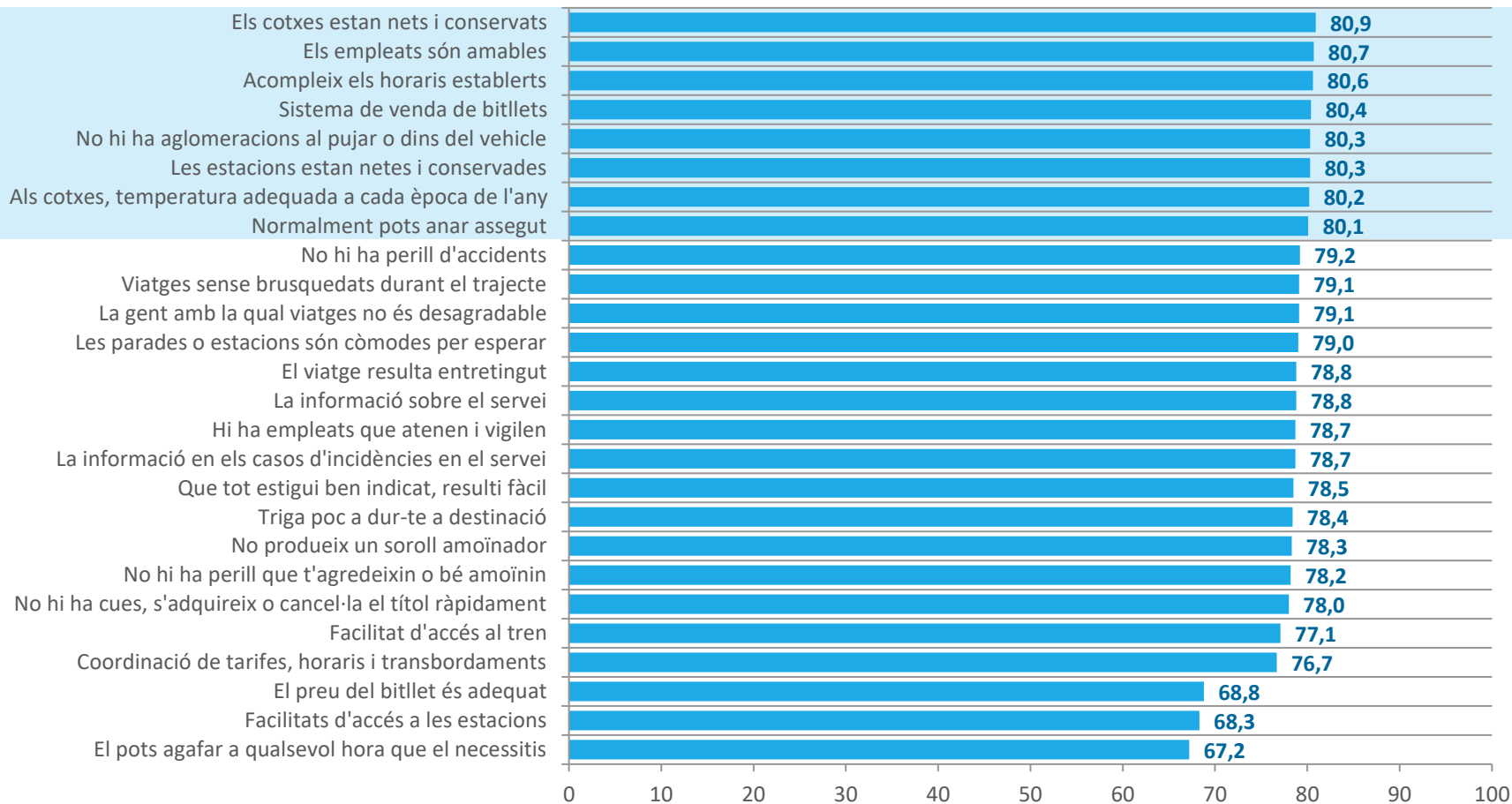


Evolució de la importància (2020-2021)

2020-2021

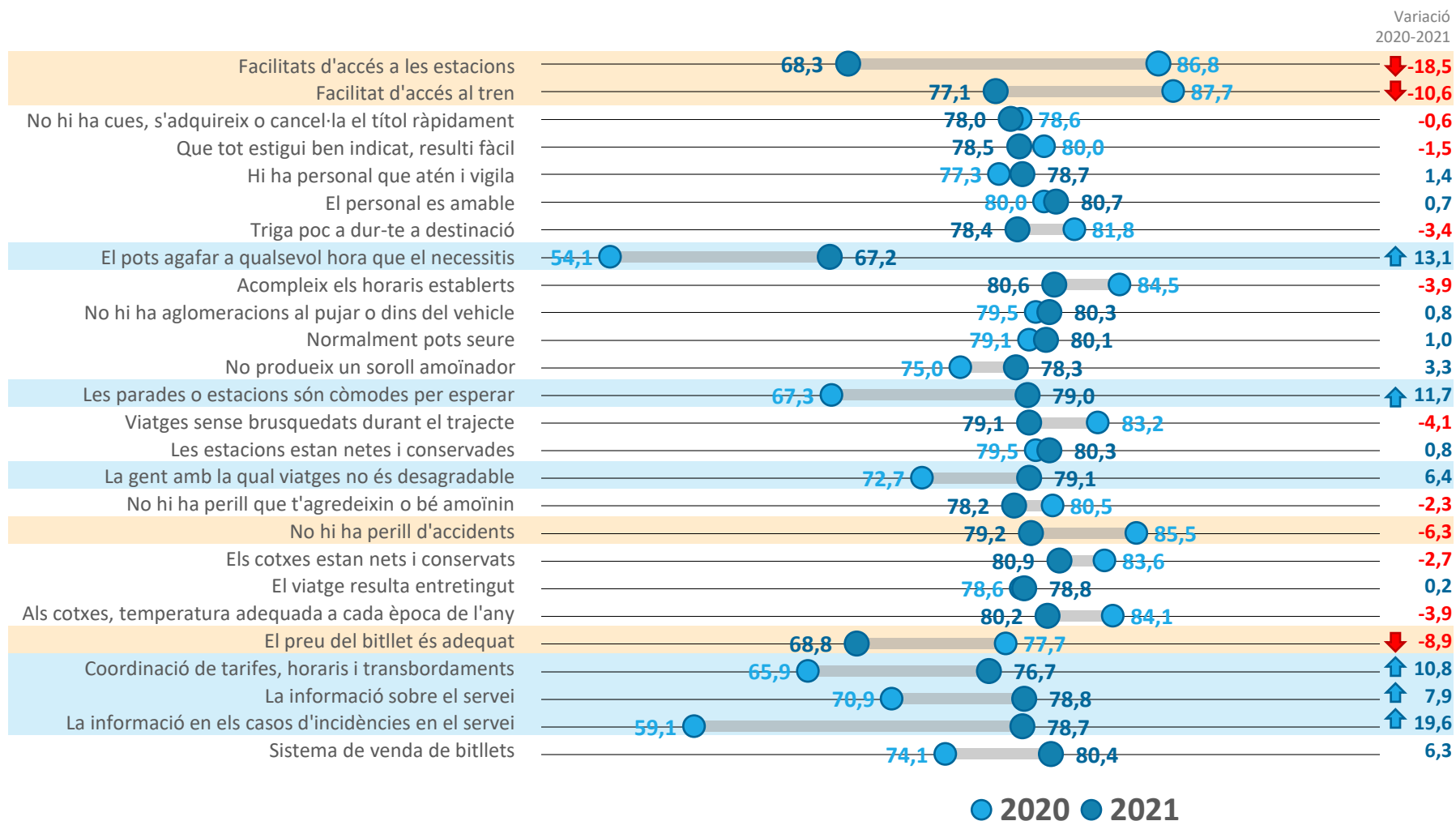


Satisfacció amb els atributs estudiats



Evolució de la satisfacció

2020-2021

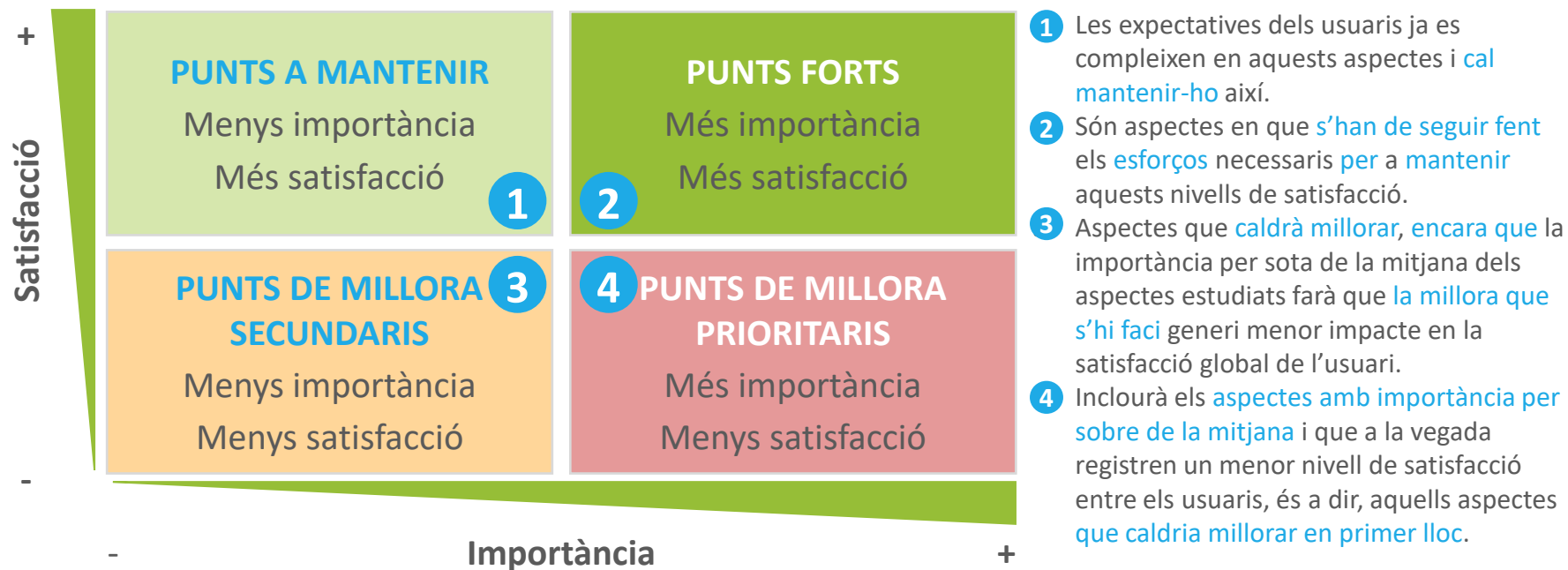


Prioritats d'actuació

Elaboració de matrius de millora estratègica

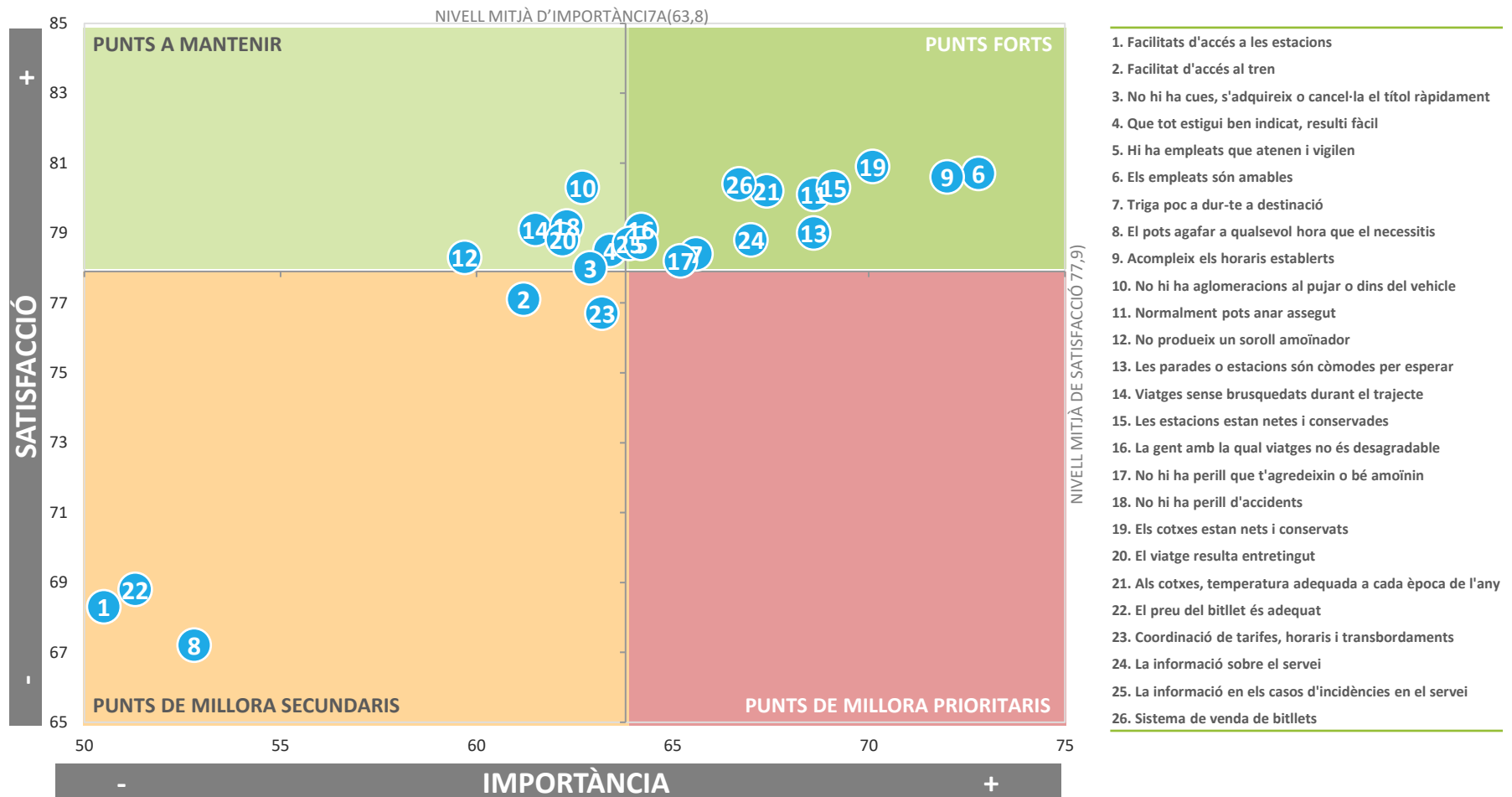
Els gràfics següents permeten comparar la **importància (eix horitzontal)** i el **nivell de satisfacció declarat** pels usuaris (**eix vertical**) d'un atribut de servei determinat.

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

La millora dels atributs següents revertiria en una millora de la percepció de l'usuari atès que tenen una importància per propera a la mitjana mentre que la satisfacció està per sota:

- 2. Facilitat d'accés al tren
- 23. Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments

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.

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

- ISC global

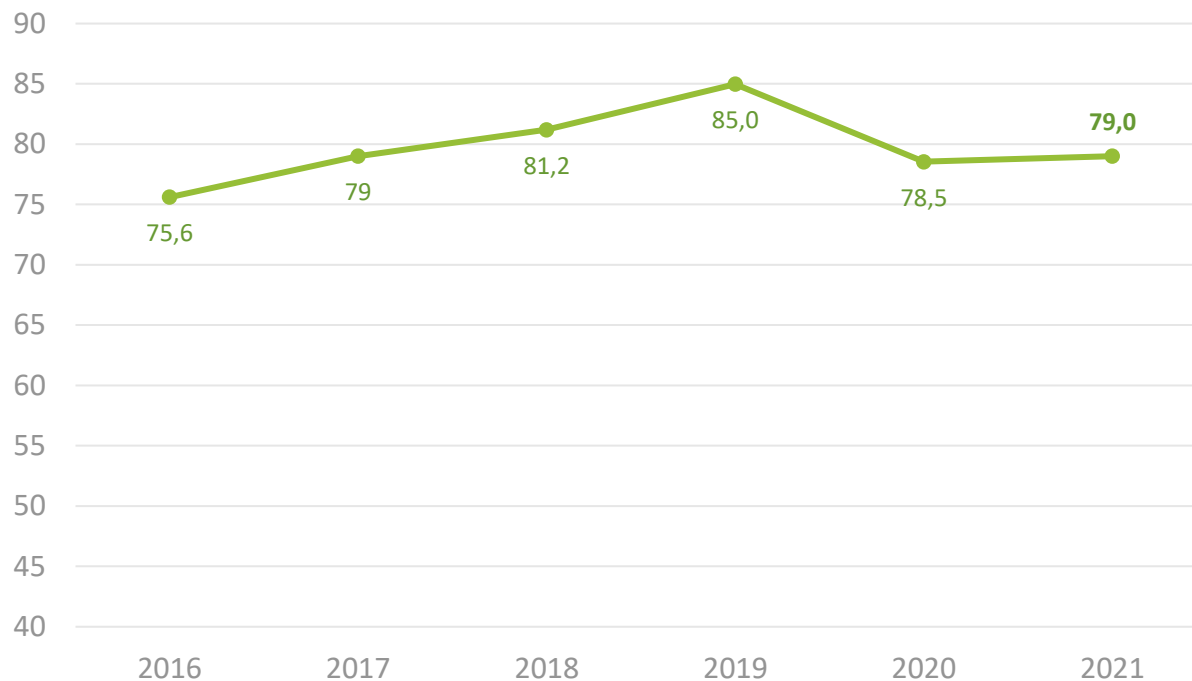
És la mitjana aritmètica dels ISC de cada individu.

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

Evolució ISC

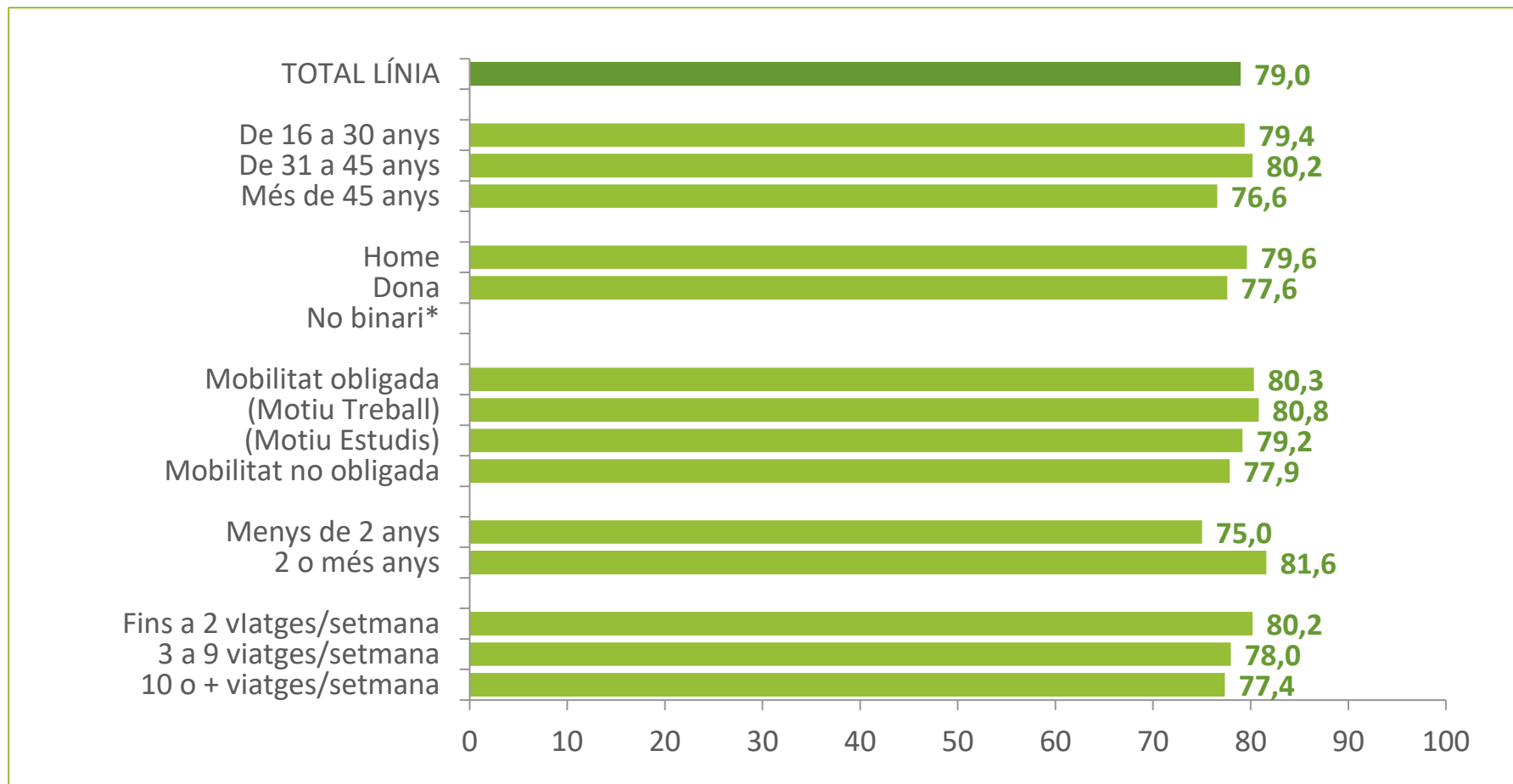
Evolució 2016-2021

L'ISC d'enguany mostra una certa recuperació de la caiguda patida el 2020 arran de la pandèmia i el confinament.



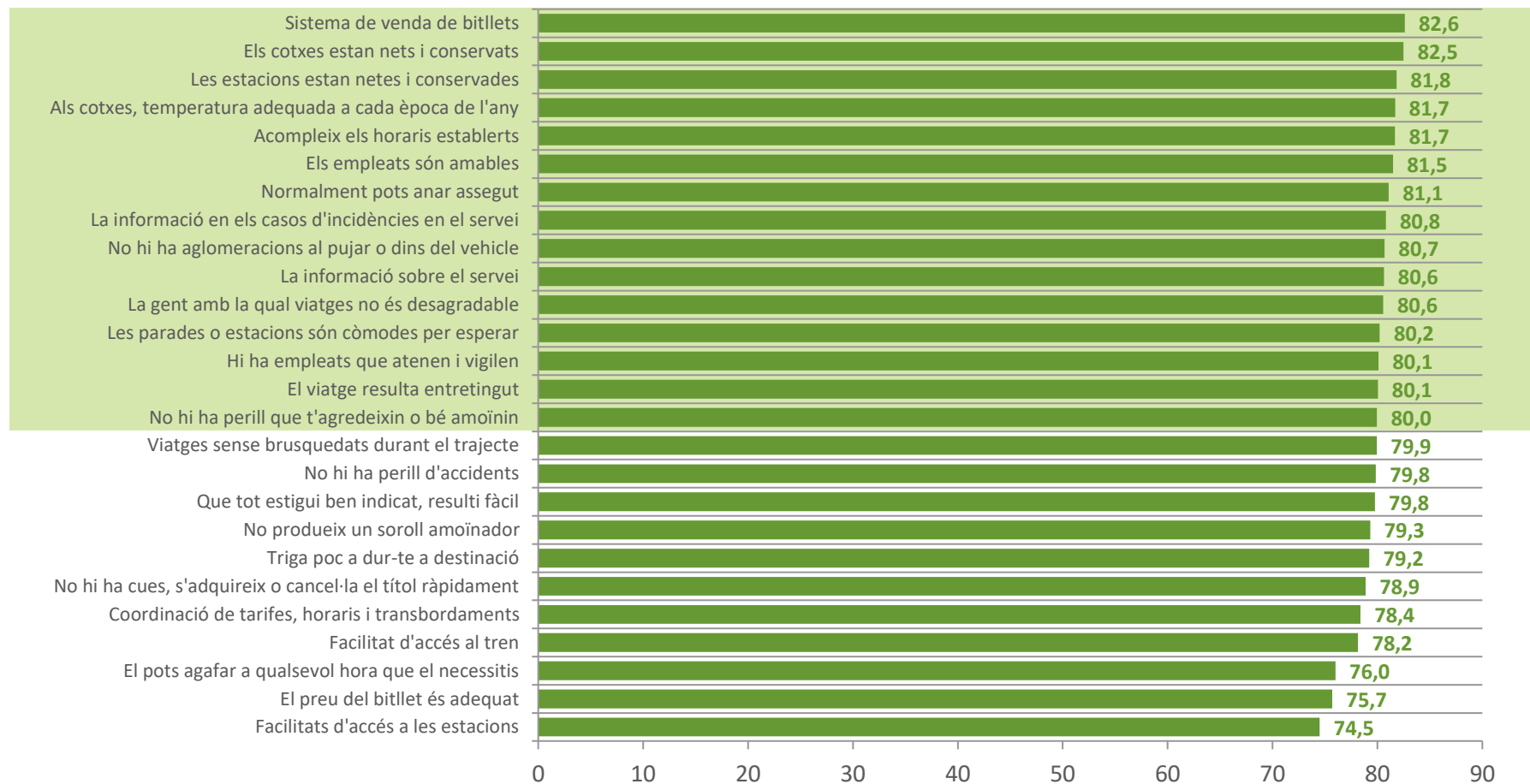
ISC per segments

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



* Base insuficient

ISC per atributs

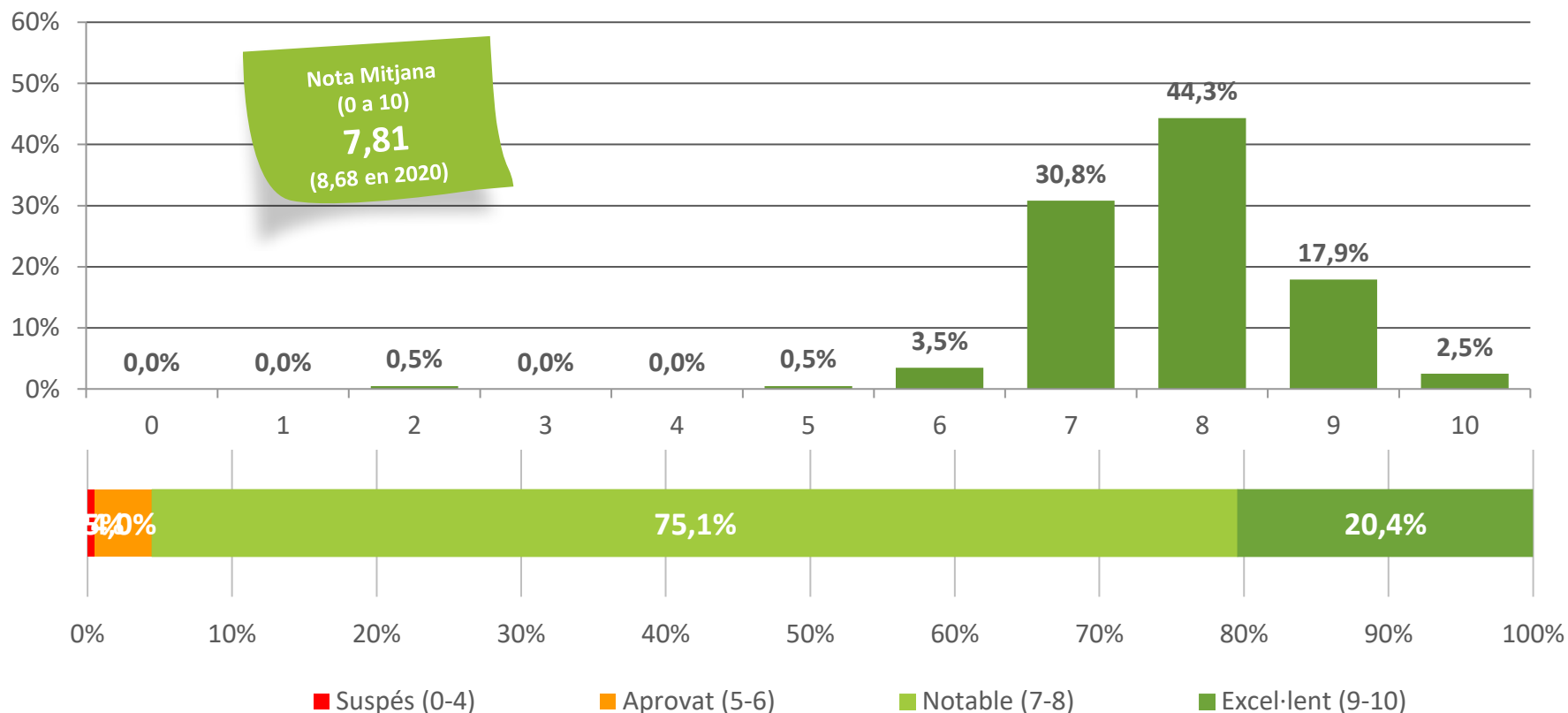


3. Valoració del servei

Valoració global del servei

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 (201 persones entrevistades)

4. Mitjà de transport utilitzat per accedir a l'estació

Mitjà de transport utilitzat i temps de desplaçament

Mitjà de transport utilitzat per accedir a l'estació

Línia Lleida – La Pobla

	Total	01. Lleida-Pirineus (n=161)	02. Alcoletge a 05. Vallfogona de Balaguer (n = 55)	06. Balaguer (n = 276)	07. Gerb a 14. Palau de Noguera (n = 11)	15. Tremp a 17. La Pobla de Segur (n = 61)
Mitjà de transport utilitzat						
A peu	89,3	90,1	94,5	91,2	63,6	83,6
Cotxe particular	5,5	1,9	1,8	4,4	45,5	13,1
Bicicleta particular	2,7	3,7	1,8	2,6	0,0	1,6
Bus urbà	1,5	2,5	1,8	0,0	0,0	1,6
Patinet	1,0	1,2	0,0	1,8	0,0	0,0
Altres	0,5	0,6	0,0	0,0	0,0	1,6
Els qui han fet servir cotxe						
Base	(22)	(3)	(1)	(5)	(5)	(8)
Era...						
Conductor	27,3	33,3	0,0	40,0	40,0	12,5
Acompanyant	72,7	66,7	100,0	60,0	60,0	87,5
El cotxe era...						
Diesel	36,4	33,3	0,0	40,0	60,0	25,0
Gasolina	22,7	33,3	0,0	40,0	0,0	25,0
No ho sé	40,9	33,3	100,0	20,0	40,0	50,0

(P2b) Quin mitjà de transport va fer servir per accedir fins a l'estació de [NOM DE L'ESTACIÓ D'ORIGEN]?

(P3b) I quan surti de l'estació de [NOM DE L'ESTACIÓ DE DESTINACIÓ], quin mitjà farà servir per prosseguir el seu viatge fins arribar a la seva destinació

(P2c) Era...? / (P3c) Serà...?

(P2d) El cotxe que ha fet servir és...? / (P3d) El cotxe que farà servir és...?

Temps de desplaçament fins a l'estació

Línia Lleida – La Pobla

	Total	01. Lleida-Pirineus (n=161)	02. Alcoletge a 05. Vallfogona de Balaguer (n = 55)	06. Balaguer (n = 276)	07. Gerb a 14. Palau de Noguera (n = 11)	15. Tremp a 17. La Pobla de Segur (n = 61)
Temps des d'origen / fins a destinació						
<= 5'	42,8	38,5	34,5	57,0	18,2	39,3
6' a 10'	35,6	39,8	45,5	28,1	72,7	23,0
11' a 15'	14,2	12,4	16,4	14,0	9,1	18,0
16' a 20'	5,0	5,6	3,6	0,0	0,0	14,8
21' a 25'	0,5	0,6	0,0	0,0	0,0	1,6
>25'	2,0	3,1	0,0	0,9	0,0	3,3
Mitjana	9,83	10,30	9,16	7,66	9,55	13,28

(P2e) Quan de temps ha trigat a arribar fins a l'estació on ha pujat des del seu lloc d'origen?

(P3e) Quan de temps creu que trigarà a arribar a la seva destinació final des de la sortida de l'estació?

5. Coneixement i valoració dels canals digitals de FGC

Coneixement i valoració de la pàgina web, Geotren i l'app de FGC

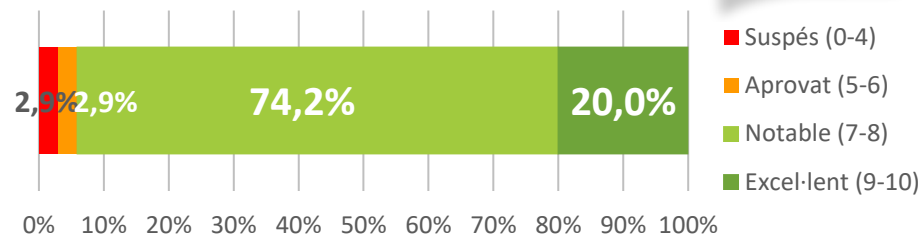
Ús i avaluació de la web de FGC i de Geotren

Línia Lleida – La Pobla

Coneix la pàgina web de FGC?

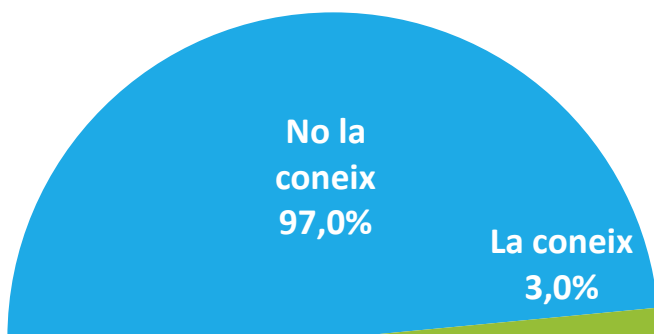


Valoració de la pàgina web (n=35)

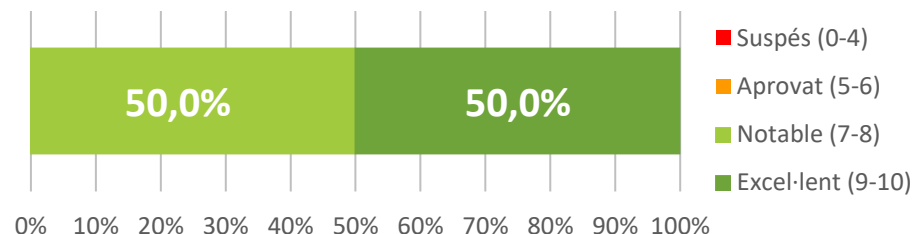


Nota Mitjana
(0 a 10)
7,49

Coneix la pàgina web Geotren?



Valoració de la pàgina web Geotren (n=6)

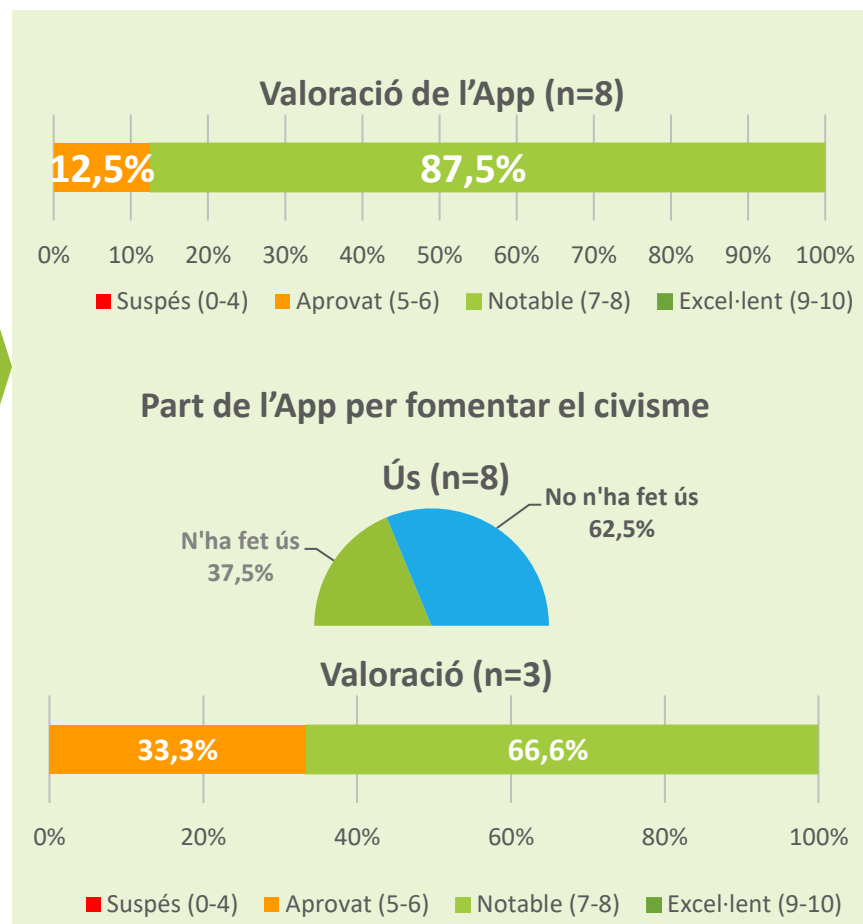
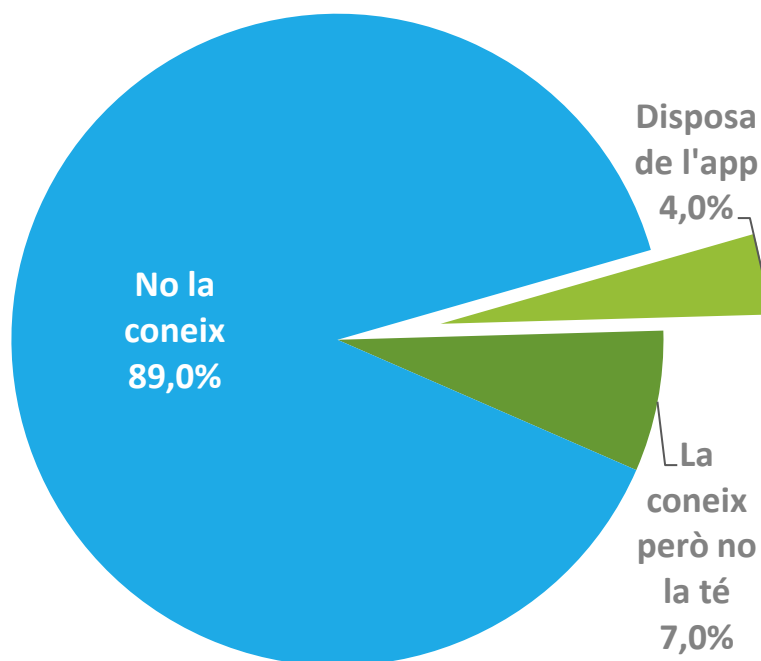


Nota Mitjana
(0 a 10)
8,17

Ús i avaluació de l'APP dels serveis de FGC

Línia Lleida – La Pobla

Disposa de l'app per a mòbil?

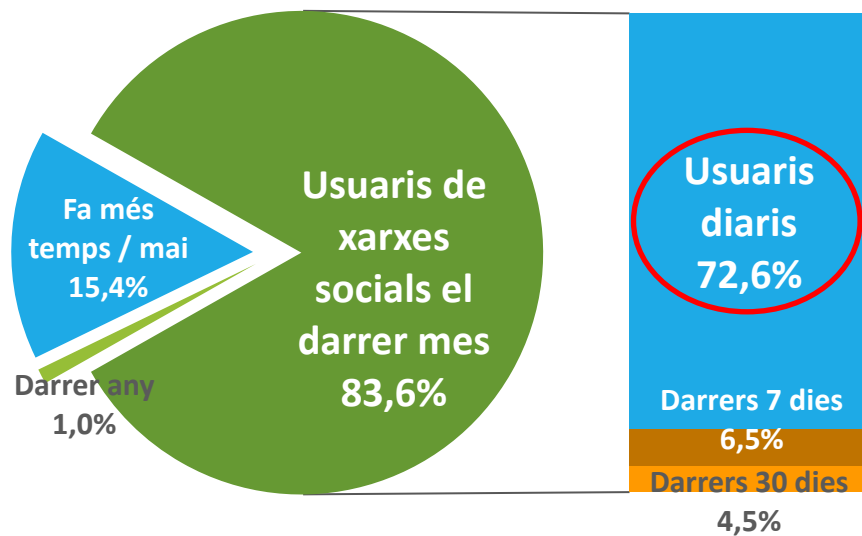


6. Ús de les xarxes socials

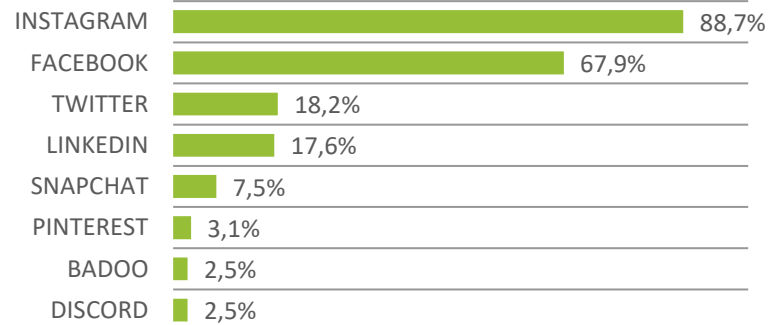
Índex d'ús de xarxes socials, xarxes utilitzades, motivacions d'ús i ús en relació amb mitjans de transport

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

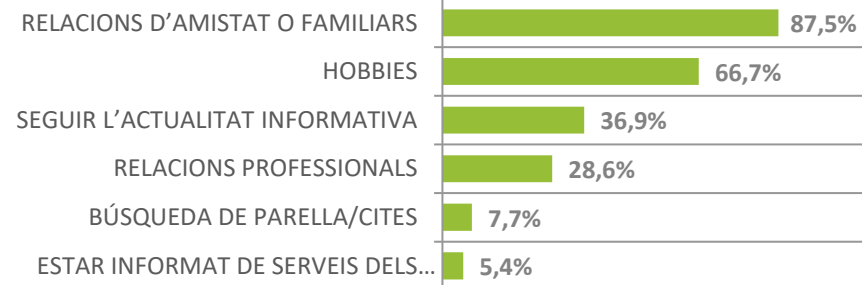
Línia Lleida – La Pobla



Xarxes socials utilitzades (n=168)



Principals motivacions d'ús (n=168)

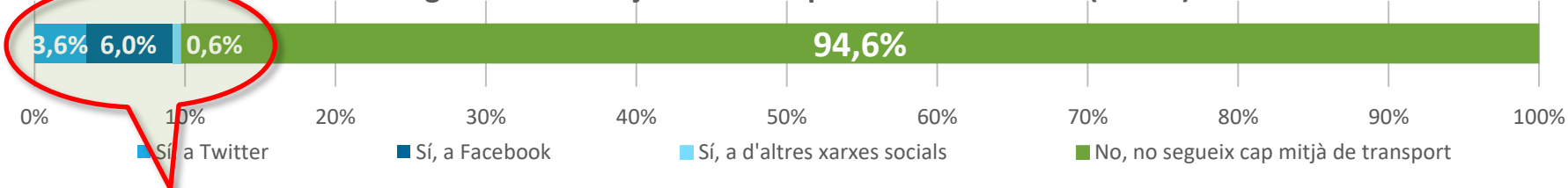


(P37) Sense tenir en compte el dia d'avui, ¿quan va ser el darrer cop que va accedir a una xarxa social? / (P38) Quines xarxes socials utilitza? (RESPOSTA MÚLTIPLE) N'utilitza cap altre? / (P39) Per a què fa servir les xarxes socials? (LLEGIR OPCIONS DE RESPOSTA. POSSIBLE RESPOSTA MÚLTIPLE)

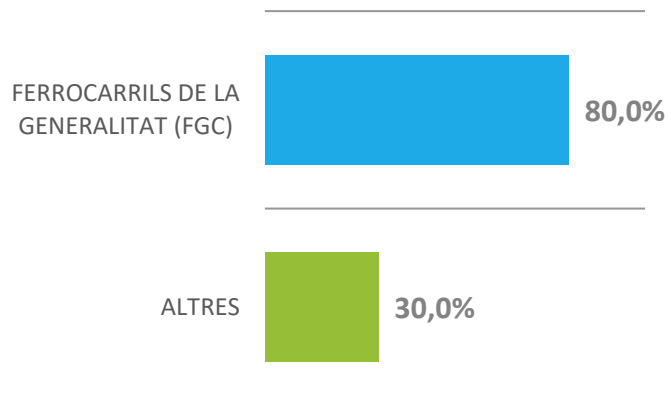
Mitjans de transport seguits a xarxes socials

Línia Lleida – La Pobla

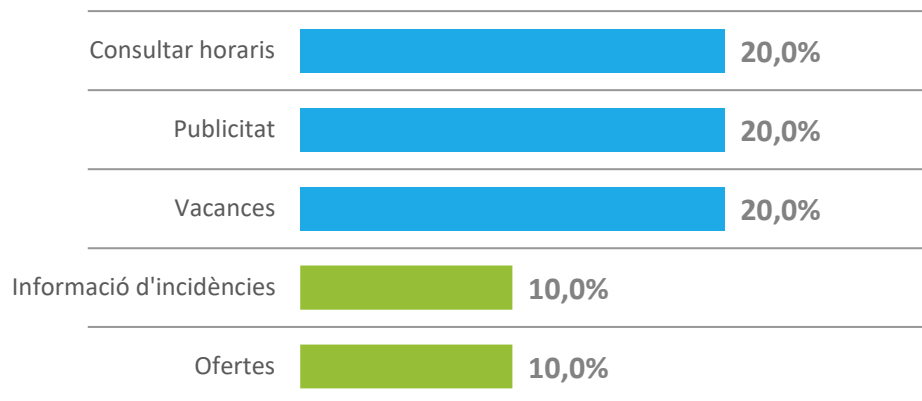
Seguiment de mitjans de transport a xarxes socials (n=168)



Quins mitjans segueix? (n=10)



Per a què fa servir les xarxes socials? (n=10)



(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)

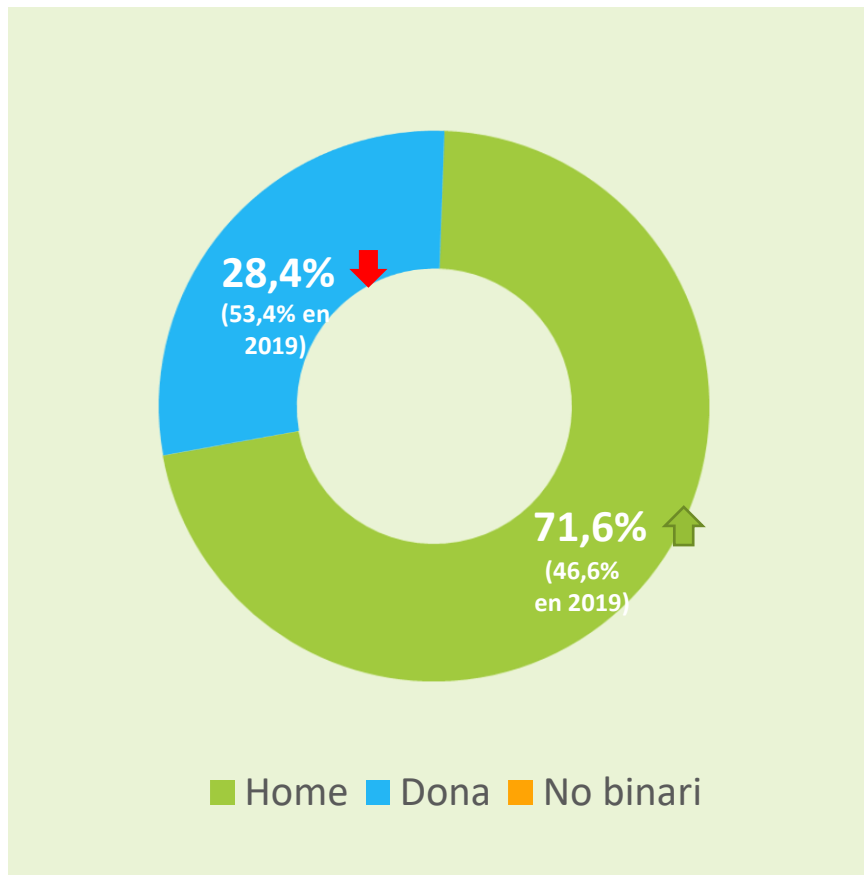
(P42) Per a què fa servir les xarxes socials en relació amb els mitjans de transport? Per a què li serveixen?

7. Perfil de la persona usuària

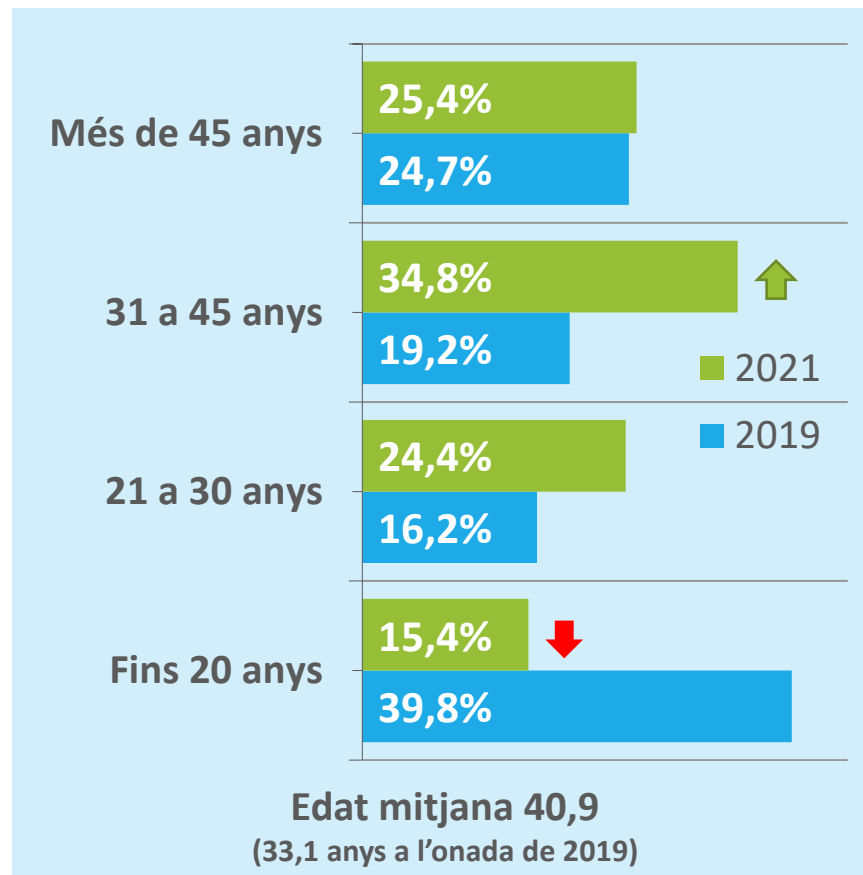
Perfil de la persona usuària

Gènere i edat

Gènere

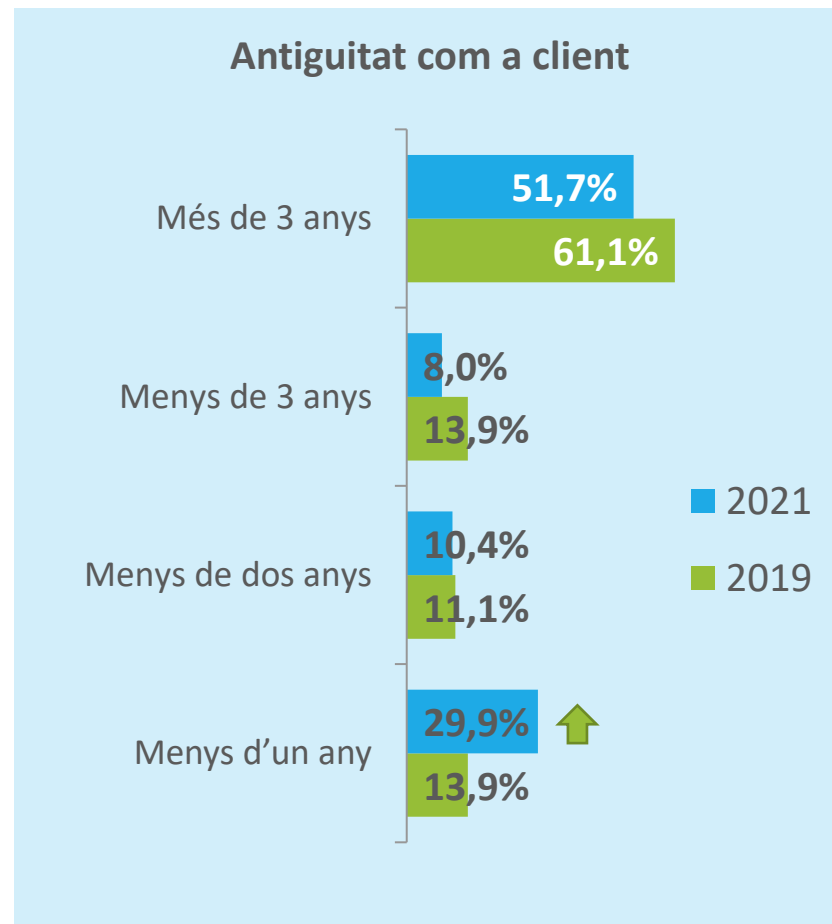
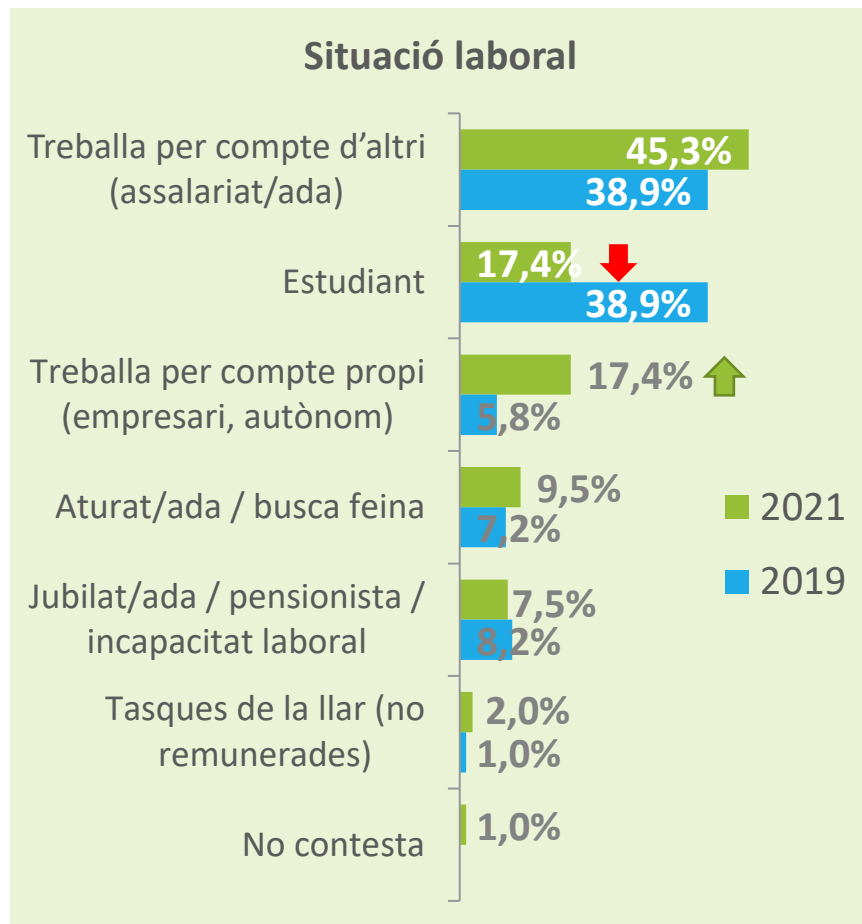


Edat



Perfil de la persona usuària

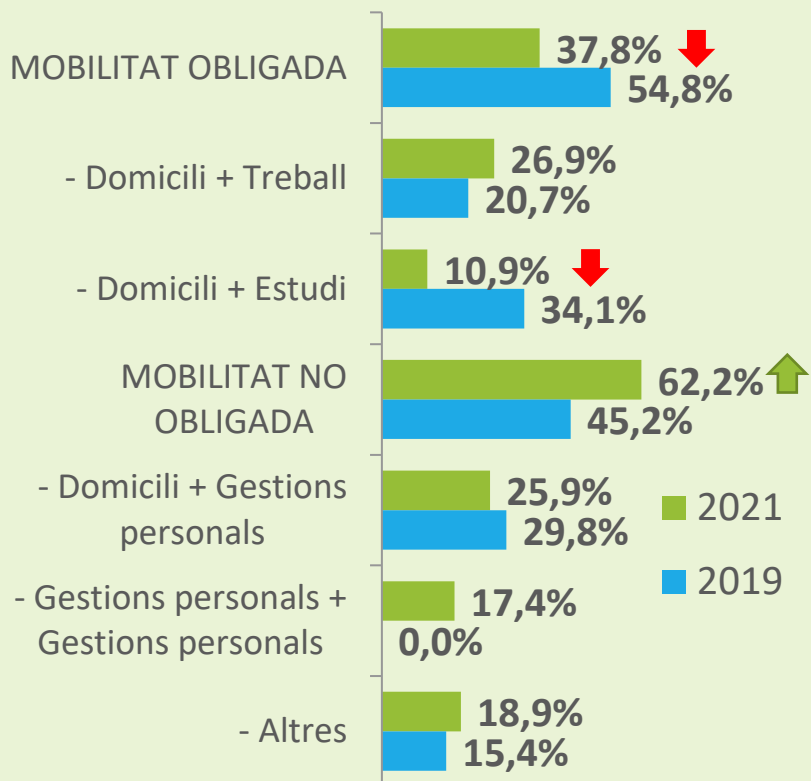
Situació laboral i antiguitat com a client de FGC



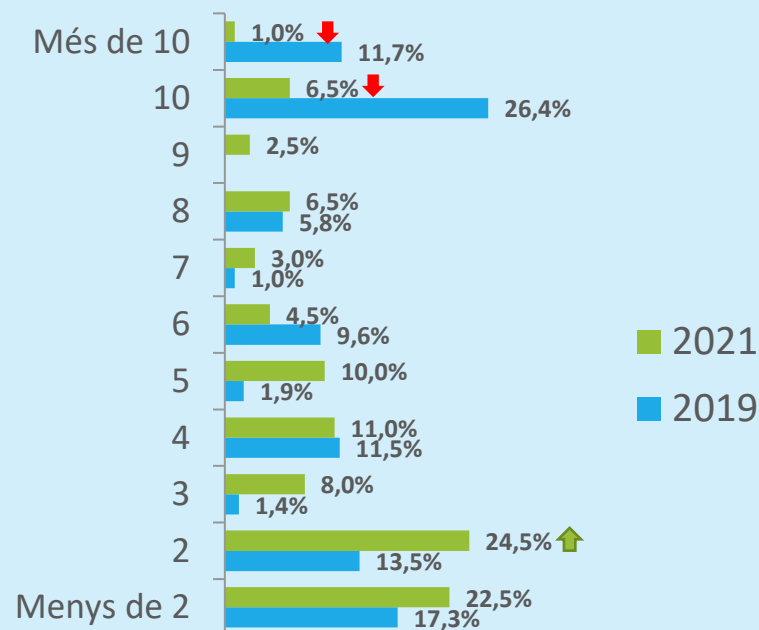
Perfil de la persona usuària

Motiu del desplaçament i mitjana setmanal de trajectes amb FGC

Principal motiu del desplaçament



Mitjana setmanal de trajectes



Mitjana setmanal 3,9 (2021)
(6,3 viatges a l'onada de 2019)

8. Síntesi de resultats

Síntesi de resultats

Índex de Satisfacció del Client (ISC)

- L'índex de satisfacció del client (ISC) de la línia Lleida - La Pobla de Segur enguany **obté un valor de 79,0** i mostra una certa recuperació de la caiguda patida el 2020 arran de la pandèmia i el confinament tot i que no recupera encara els nivells de 2019.
- La millora en la **Coordinació de tarifes, horaris i transbordaments** i en la **Facilitat d'accés al tren** revertiria en una millora de la percepció de l'usuari atès que tenen una importància per propera a la mitjana mentre que la satisfacció està per sota.



Síntesi de resultats

Índex de Satisfacció del Client (ISC)

- La pandèmia ha **transformat el perfil de l'usuari de la línia**. Respecte de 2019 s'ha produït una **davallada dels usuaris joves que l'utilitzaven per desplaçar-se al lloc d'estudi** i com a conseqüència s'ha incrementat l'edat mitjana, que passa dels 33,1 anys del 2019 als 40,9 d'enguany.
- Associat a aquest canvi disminueix la proporció de desplaçaments per mobilitat obligada, que passa del 54,8% al 37,8% dels desplaçaments i la mitjana setmanal de trajectes, que passa del 6,3 al 3,9.



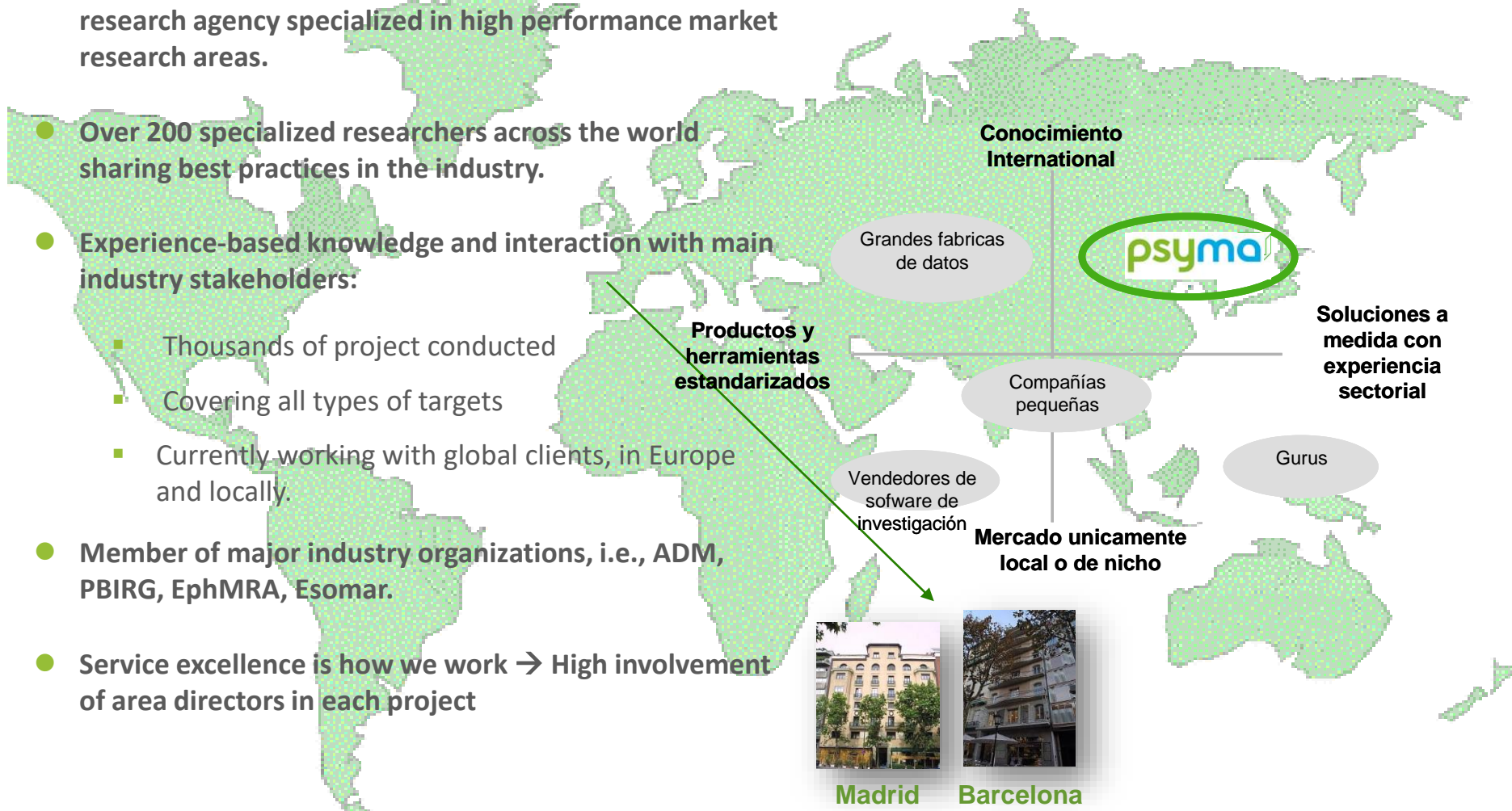
Background



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