

2007

13^a



METROFERR
2007

SEMANA DE TECNOLOGIA

METROFERROVIÁRIA

Transporte Metroferroviário: Expansão, Integração e Meio Ambiente

28 a 31 de Agosto - Centro de Convenções Shopping Frel Caneca



Diretrizes para mensurar a satisfação do cliente

Comissão Metroferroviária



Objetivo

**Propor linhas básicas para
aferição da satisfação do
cliente**



Comparabilidade

uniformizar categorias investigadas

Benchmarking

aprender rapidamente com os outros



Razão de Aferir Satisfação dos Clientes

- ◆ Melhorias dos processos do serviço
- ◆ Adequar serviço às necessidades do usuário
- ◆ Atender exigências das Normas de Qualidade:
 - OUVIR o cliente final
 - Definir processos de gestão com base nos requisitos dos usuários
- ◆ Correlacionar requisitos dos usuários com os indicadores de desempenho, ex. quantidade de pessoas nos trens x índices de lotação
- ◆ Monitorar continuamente qualidade do serviço



Por quê Uniformizar?

- ◆ Referencial para análise Gestão dos serviços do Sistema Metroferroviário
- ◆ Indicar o posicionamento dos diferentes sistemas
- ◆ Possibilitar a discussão/reflexão das práticas de gestão bem sucedidas (o que está sendo feito em relação aos aspectos do serviço bem avaliados)



Pesquisa de Satisfação

Proposta de Metodologia Comum

- ♦ **Mede atributos inerentes Transporte Público:**
 - conforto, rapidez, confiabilidade, segurança pública, etc.
- ♦ **Atributos refletem condições concretas do serviço, exemplo:**
 - **Conforto:** quantidade de pessoas nos trens, condições de embarque e desembarque, ventilação, limpeza, etc.



Metodologia

- ◆ **Entrevistas realizadas no momento da viagem**
- ◆ **Amostra**
 - Representativa para o universo da demanda e para cada atributo



Metodologia

◆ Levantamento Qualitativo

- Entendimento dos atributos pelos usuários
- Linguagem usada na descrição dos diferentes momentos da viagem e condições do serviço
- Compreensão do que está por trás das avaliações: desejos, sentimentos, racionalidades
- Orienta construção do questionário e ajuda interpretação dos resultados



Metodologia

Levantamento Quantitativo

♦ Construção do Questionário:

- Levantamento do Perfil (sexo, idade, escolaridade, renda familiar, etc.)
- Avaliação dos atributos e itens concretos do serviço
- Avaliação inicia com itens concretos e termina com o atributo geral



Metodologia

Levantamento Quantitativo

- ◆ Escala de avaliação padronizada

 - LICKERT, de 1 a 5 ou de 0 a 10.

- ◆ Priorização dos atributos:

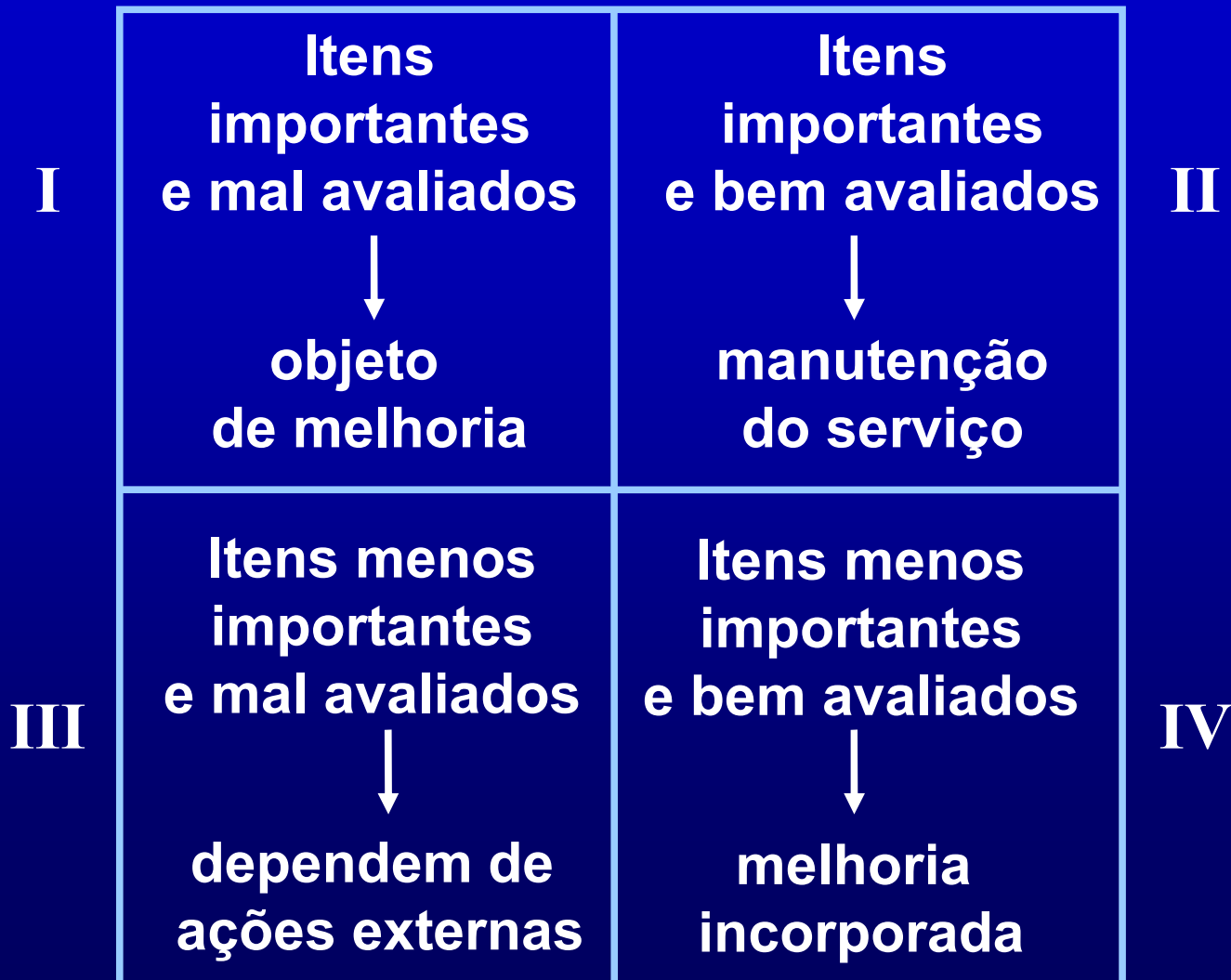
 - Ordenação do mais importante ao menos importante.



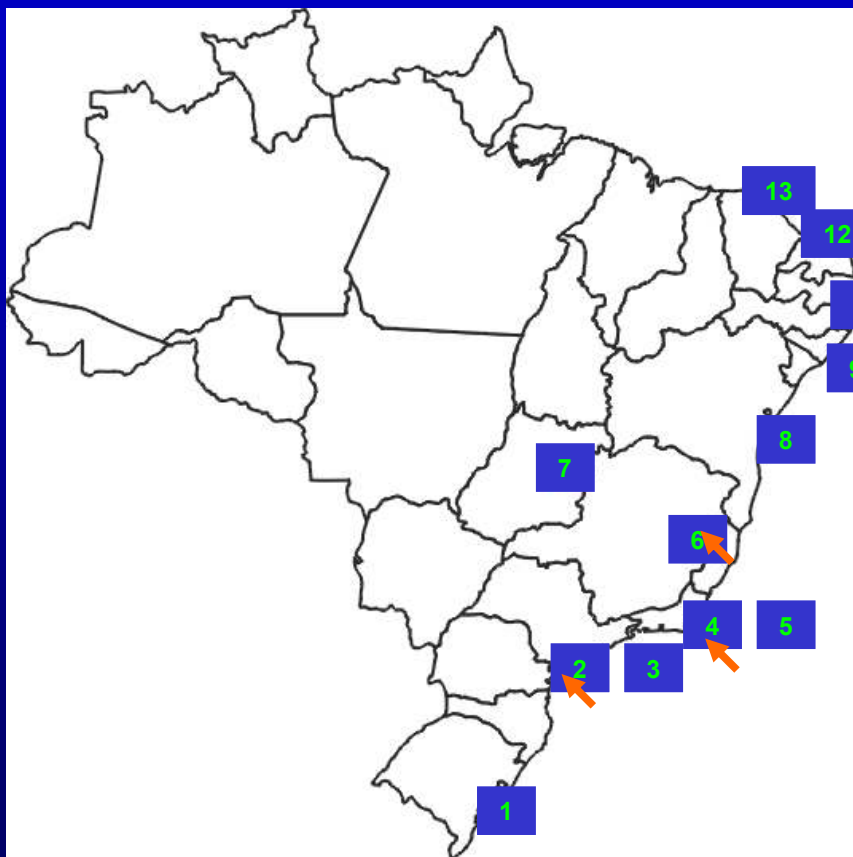
Tratamento dos Dados

- ◆ **Resultado por Linha / Estação**
- ◆ **Avaliação atributos / itens:**
 - gera % para cada ponto da escala
- ◆ **Índice satisfação atributos/itens:**
 - % muito bom e bom (top two box)
- ◆ **Índice geral de satisfação do serviço:**
 - Ponderação da avaliação cada atributo X importância de cada um (priorização)

Priorização direcional ações



Estado da Arte Respondentes



1. Porto Alegre – Trensurb
2. São Paulo - Metrô - SP
3. São Paulo - CPTM
4. Rio de Janeiro – Supervia
5. Rio de Janeiro - Metrôrio
6. Belo Horizonte - Demetrô
7. Brasília – Metrô – DF
8. Salvador – CBTU/STU/SAL
9. Maceió – CBTU/STU/MAC
10. Recife – Metrorec
11. João Pessoa – CBTU/STU/JP
12. Natal – CBTU/STU/NAT
13. Fortaleza – CBTU/STU/FOR



Estado da Arte*

- **Pesquisa instrumento da Gestão da Qualidade**
Metrô-SP – Norma ISO 9001/2000
 - **Escala Utilizada**
MetrôRec/MetrôBH/MetrôRio - 0 a 10
MetrôSP - Likert – 1 a 5
 - **Índice de Satisfação por Atributo**
MetrôRec – 23 atributos/aspectos do serviço
MetrôSP – 10 atributos e 80 aspectos do serviço
MetrôBH – 8 atributos e 21 aspectos do serviço
MetrôRio – 17 aspectos do serviço
- (*) Não foi possível avaliar posição dos demais sistemas**



Estado da Arte

- **Atributos medidos em cada sistema são diferentes**
- **Bateria de Priorização de Atributos**
MetrôRec – MetrôSP – MetrôRio
- **Priorização X Satisfação**
MetrôRec – MetrôSP – MetrôRio
- **Índice Geral de Satisfação do Cliente**
MetrôRec – MetrôSP – MetrôRio – MetrôBH