

Gestão da Satisfação do Passageiro em Tempos de Covid-19

Alamys

Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos



Gestão da Satisfação do Passageiro em Tempos de Covid-19

1. Modelo de Medição da Satisfação do Passageiro

1.1.- Pesquisa e comunicações

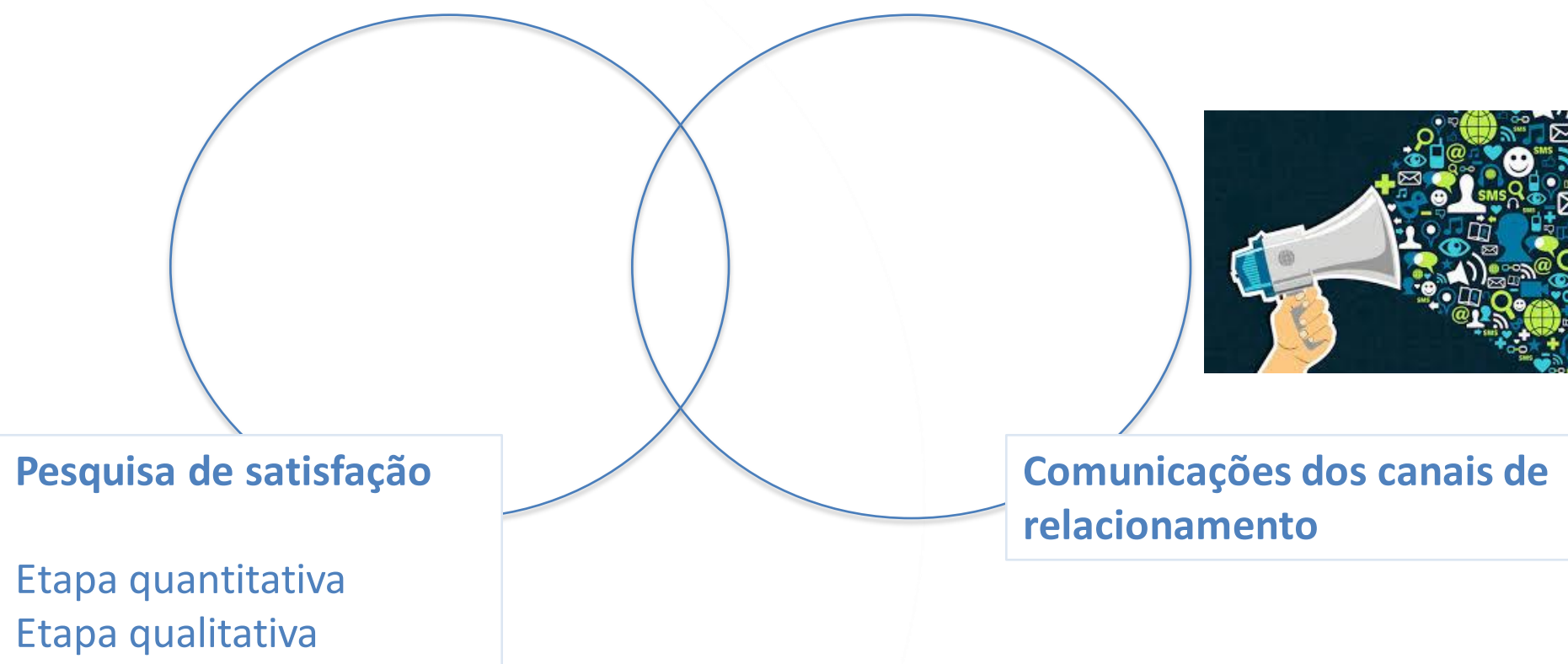
2. Modelo de Medição da Satisfação do Passageiro em tempos de Covid-19

2.1.- Pesquisa de avaliação da satisfação em tempos de pandemia

2.2.- Comunicações dos canais de relacionamento (abril e maio de 2020)

3 - Conclusões

Modelo de Medição da Satisfação do Passageiro



Com a implantação da Gestão da Qualidade na Operação do Metrô-SP, desde 2001, foi adotado o modelo baseado na NBR ISO 9001:2015 com foco no cliente. No modelo de gestão praticado são incorporados os dados da pesquisa e das comunicações dos passageiros.

Requisitos do Serviço segundo os Passageiros

**Base do Modelo de Validação da Satisfação
e se relacionam aos aspectos mais
relevantes da experiência de viagem dos
passageiros ao longo da sua jornada.**

A Pesquisa de Satisfação dos passageiros é realizada pelo Metrô desde o início de sua operação, em 1974.

- Conforto
- Rapidez
- Integração
- Segurança Pública
- Segurança Operacional
 - Confiabilidade
 - Utilidade
 - Preço
- Atendimento
- Informação
- Acessibilidade

METODOLOGIA DA PESQUISA QUANTITATIVA

LOCAL: nos bloqueios área paga das estações

AMOSTRA: probabilística estratificada 4.000 entrevistas por meio de 4 tipos de questionário.

INTERVALO DE CONFIANÇA: A margem de erro máxima para um nível de confiança de 95,5% é de 3% por tipo de questionário.

QUANDO – três tomadas ao ano

Para medir a satisfação do cliente é usada a escala de Likert de 5 pontos, de “muito ruim” a “muito bom”.

Medidos cerca de 90 itens específicos

Obtido índice de avaliação para o serviço e seus atributos que é acompanhado ao longo dos anos.





Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos



**Gestão
da Satisfação
do Passageiro em
Tempos de Covid-19**

2. Modelo de Medição da Satisfação do Passageiro em Tempos de Covid-19

- **DUAS PESQUISAS QUANTITATIVAS** - junho e novembro do ano corrente.
- **ESCOPO DA PESQUISA:** comparativo das características tradicionais do serviço e outra relacionada mais especificamente à experiência de viagem durante a pandemia bem como as mudanças percebidas, a comunicação e orientação para os passageiros, etc.
- **COMUNICAÇÕES** relacionadas ao período da pandemia para balizar e acompanhar mais pontualmente a avaliação dos passageiros sobre o serviço prestado.

2.1 Pesquisa de avaliação da satisfação na pandemia

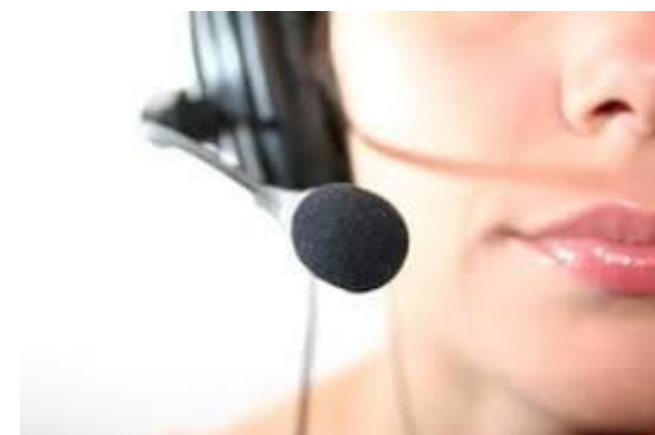
Metodologia da Pesquisa Quantitativa

COLETA DE DADOS: pesquisa por chamada telefônica

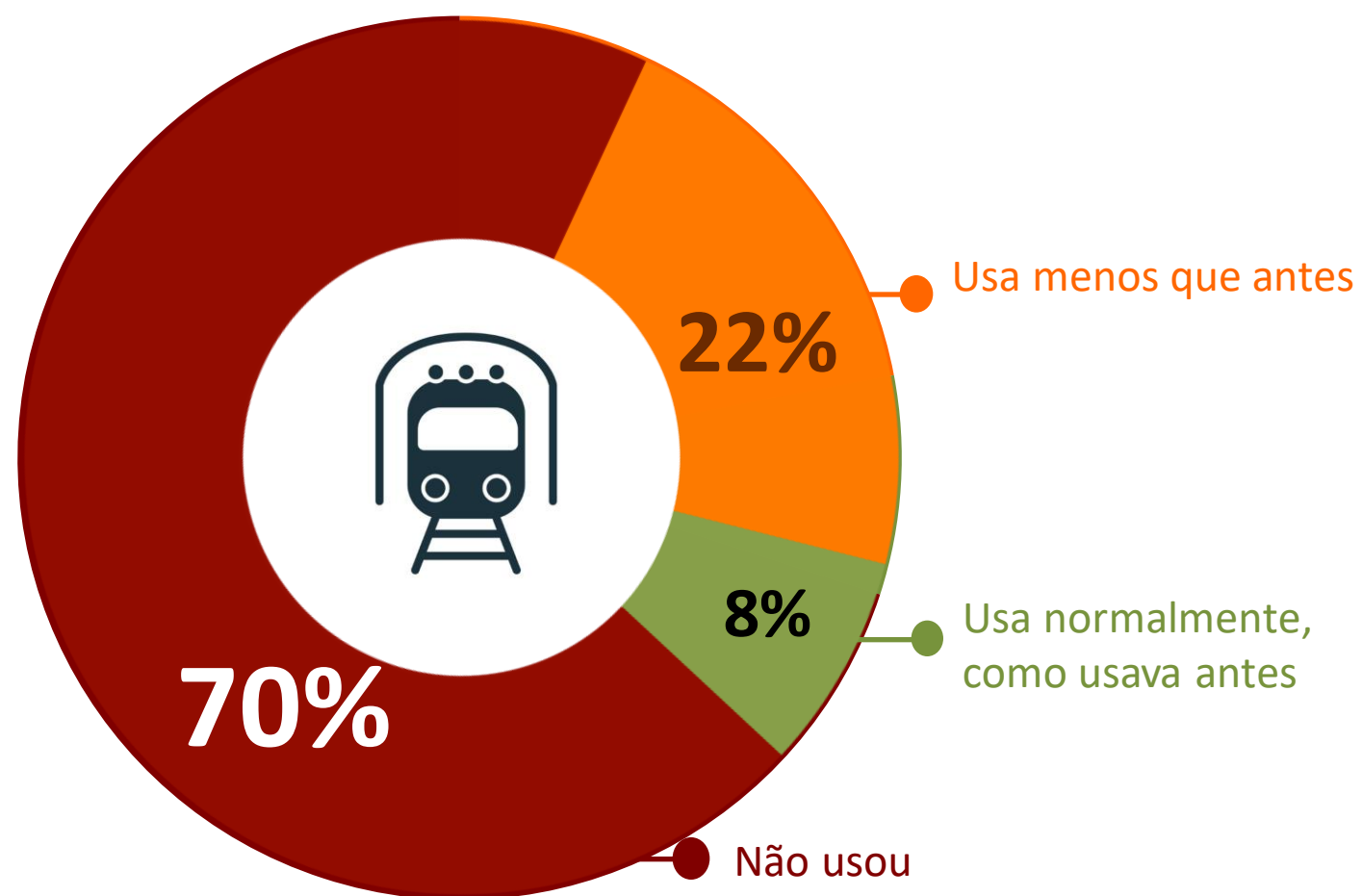
AMOSTRA: 500 casos com aplicação filtro sobre uso e não uso do metrô na pandemia.

INTERVALO DE CONFIANÇA: A margem de erro máxima para um nível de confiança de 95,5% é de 4% para mais ou menos para o total da amostra.

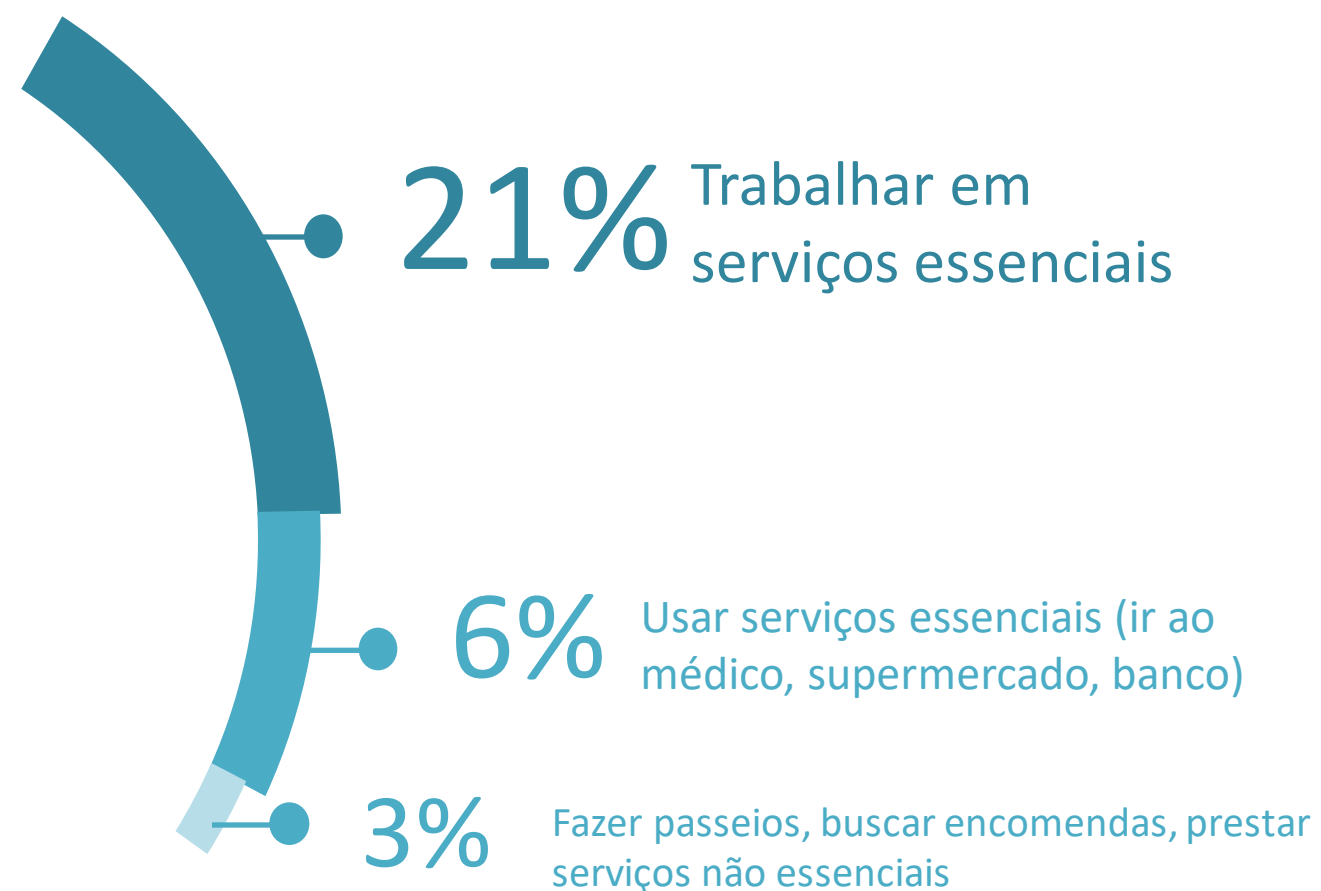
TRATAMENTO DOS DADOS: Será utilizada a escala de Likert de 5 pontos para a Avaliação Geral do serviço e de suas principais características.



Uso do metrô durante a quarentena



Base: 500 entrevistados



O resultado é compatível com o apresentado na queda da demanda durante o período de isolamento social.

Avaliação do Serviço por segmento

REDE

77%



Linha 1 - Azul

78%



Linha 2 - Verde

70%



Linha 3 - Vermelha

80%



Usaram o metrô na quarentena

84%

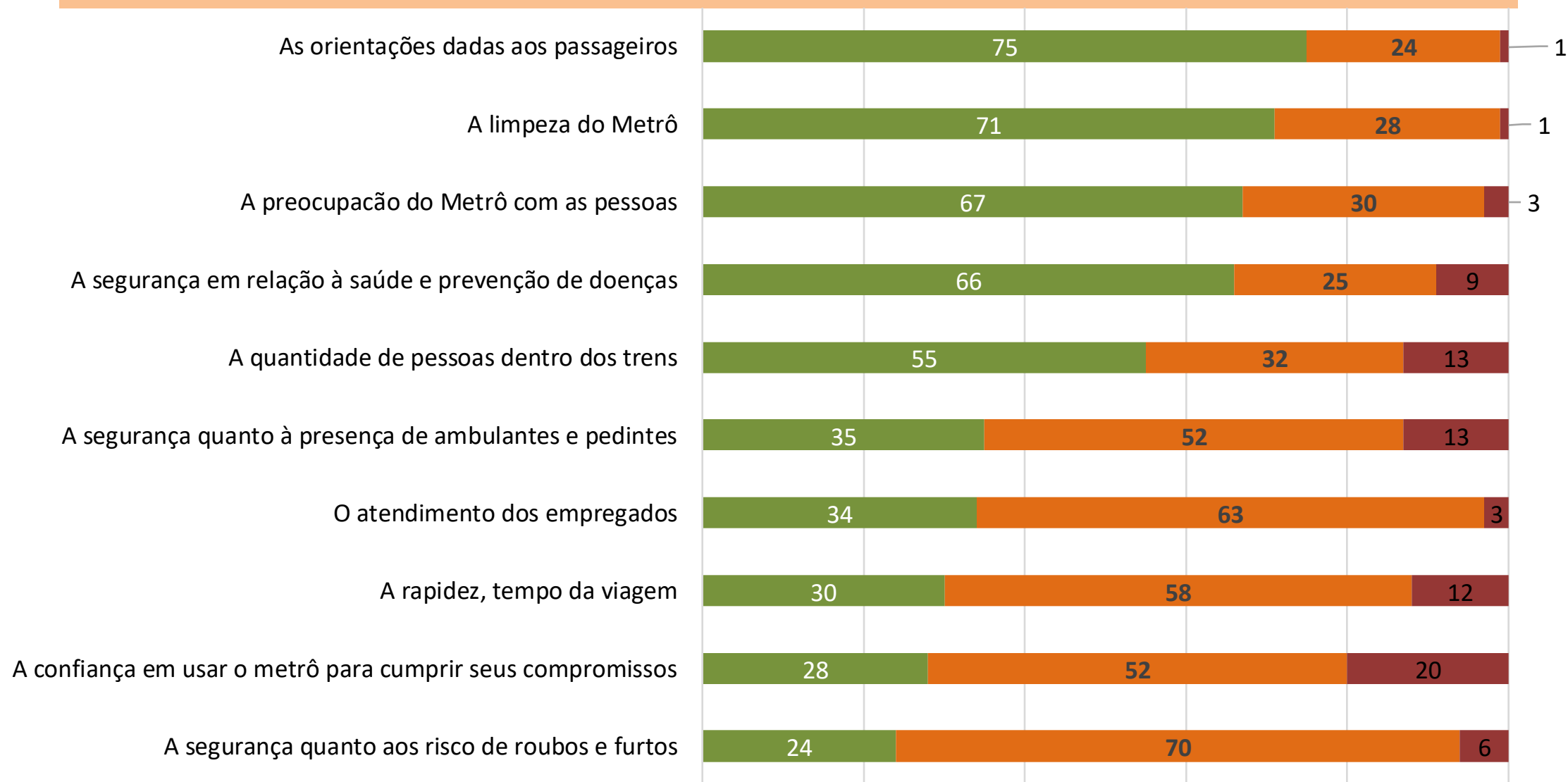


Não usaram o metrô na quarentena

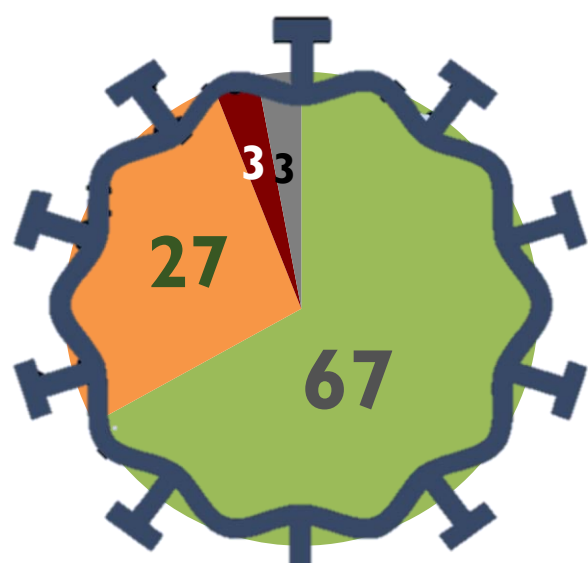
73%



“Percepção sobre o que melhorou, está igual ou piorou na prestação de serviço durante a quarentena”



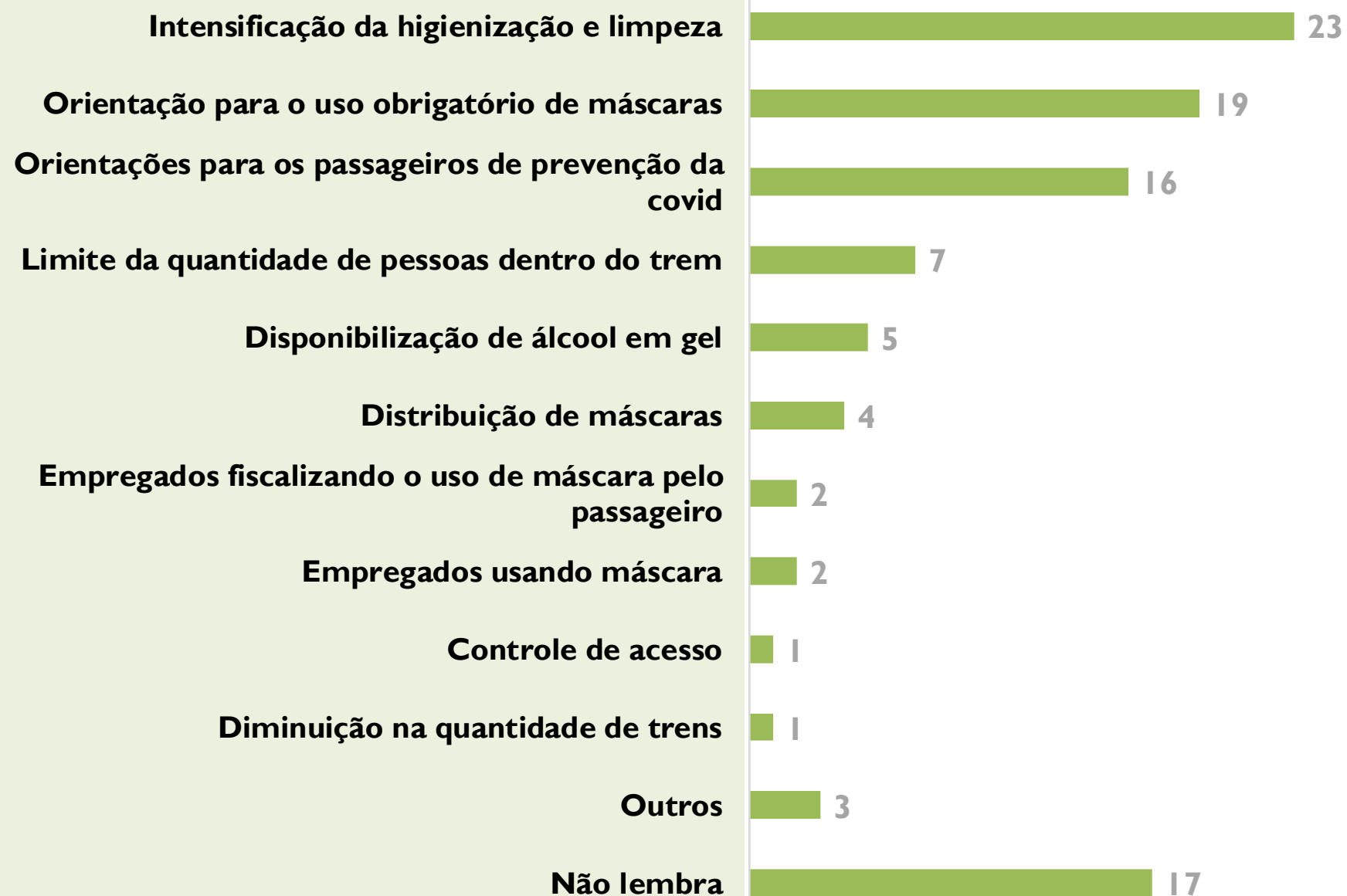
O Metrô está tomando as medidas necessárias para a prevenção do Coronavírus?



■ % Sim
 ■ % Em parte
 ■ % Não
 ■ % Não sabe

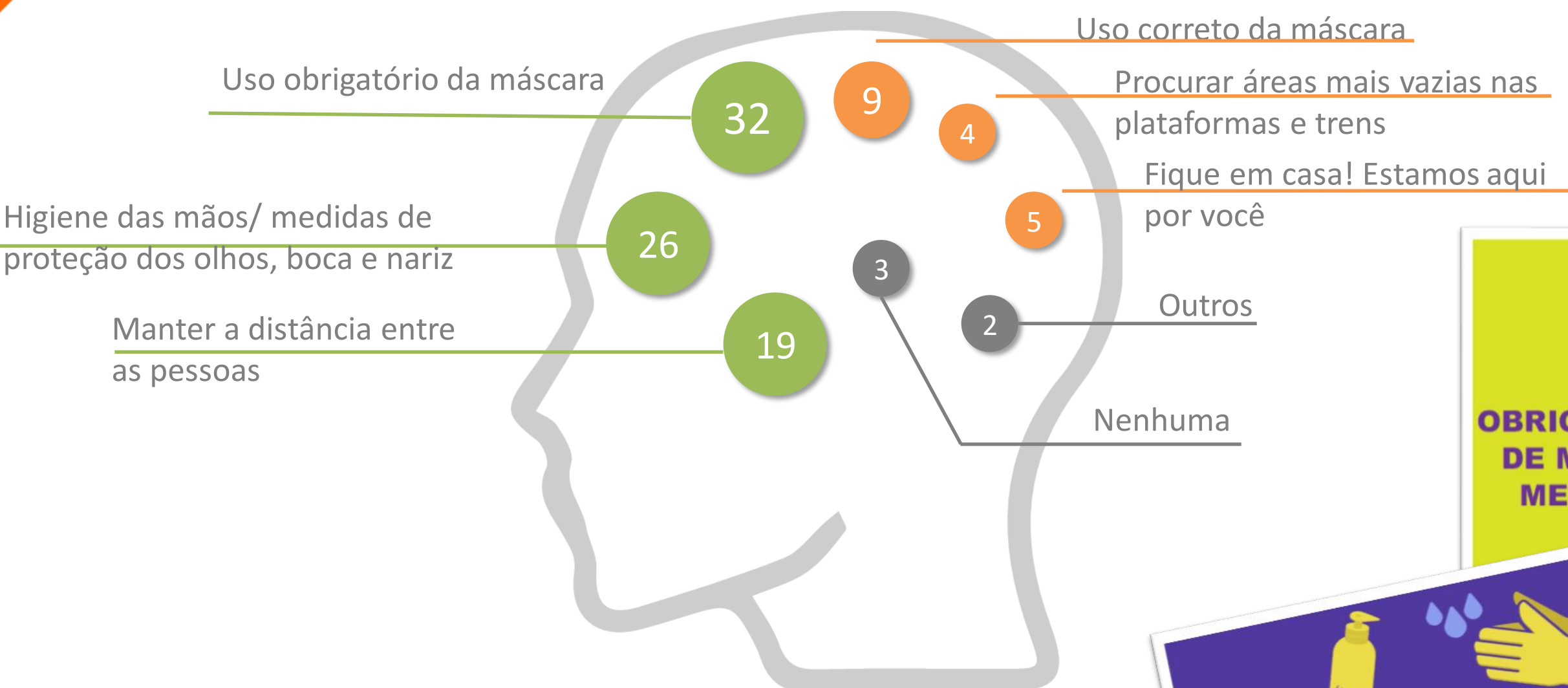
Base: 500 entrevistados

Medidas adotadas pelo Metrô durante a pandemia

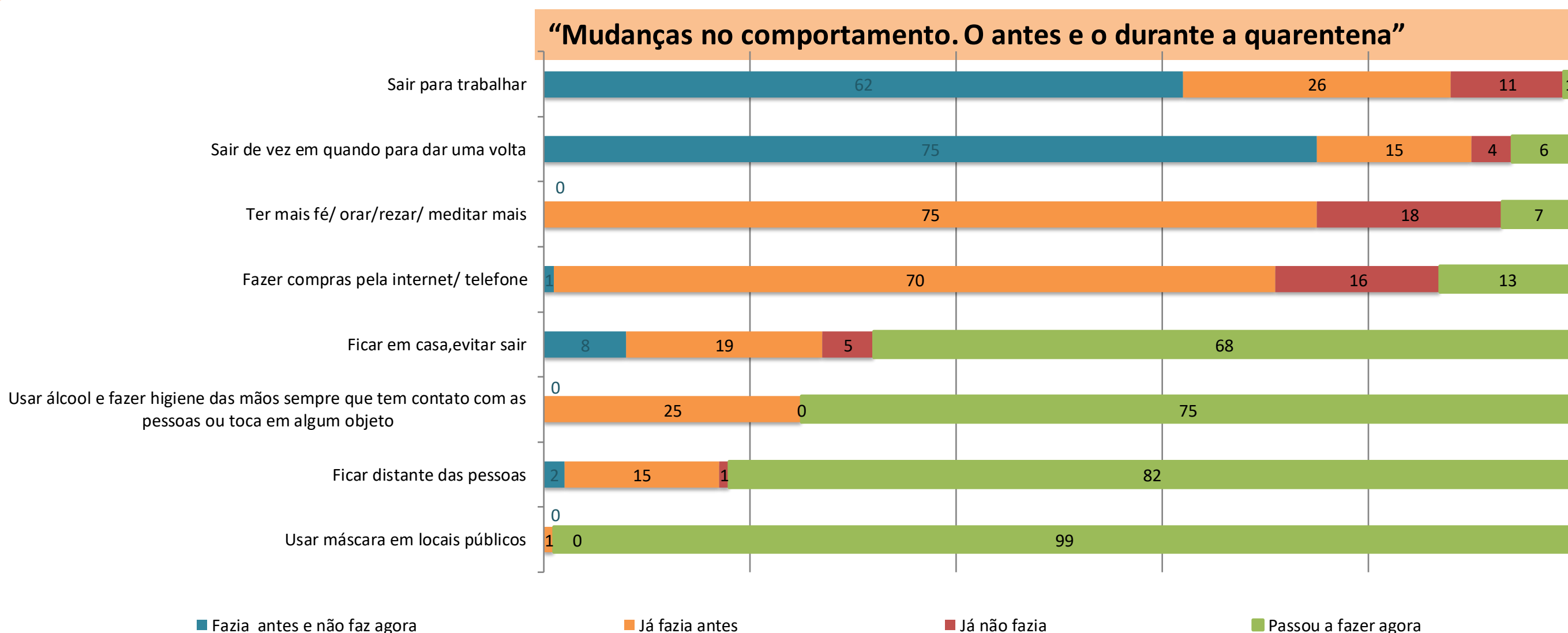


Base: 327 entrevistados, 841 respostas múltiplas

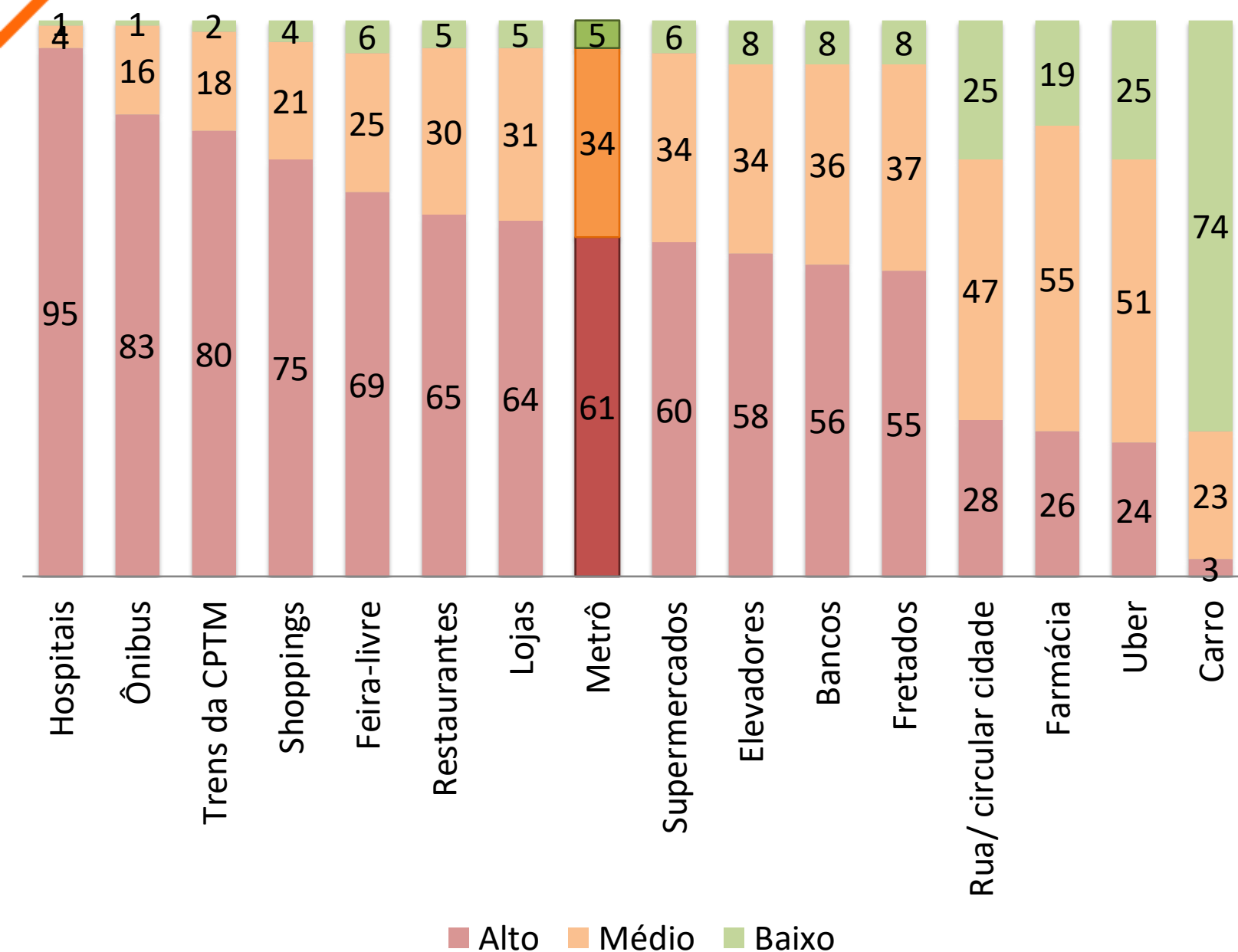
Lembrança das mensagens veiculadas durante a pandemia (%)



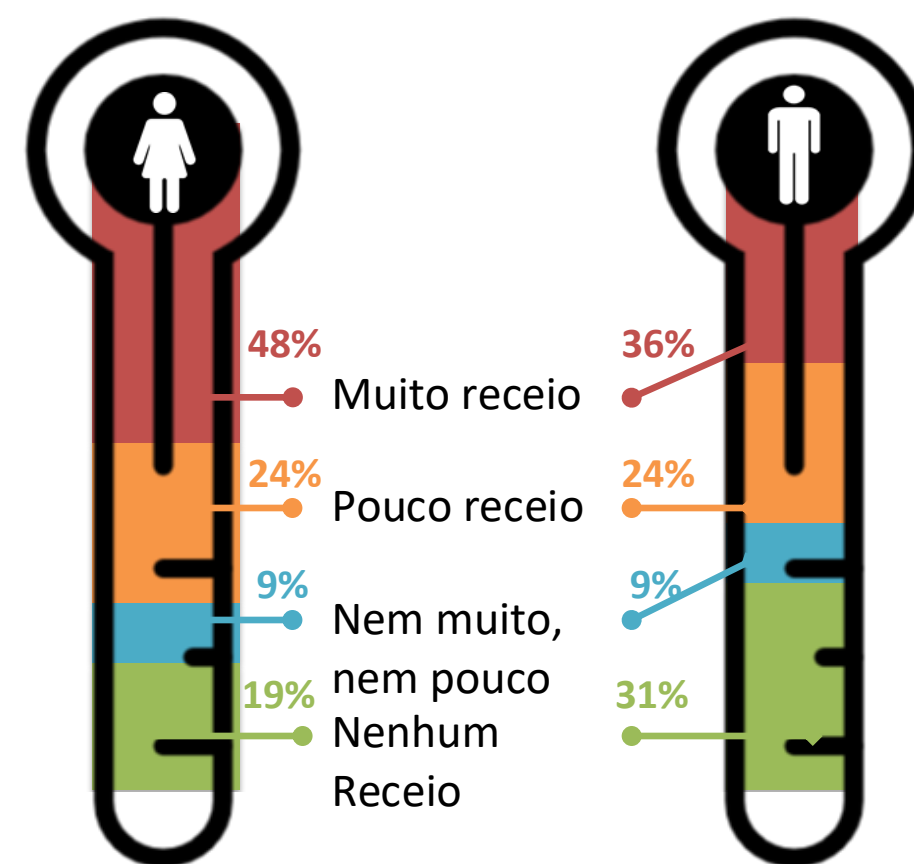
“Mudanças no comportamento. O antes e o durante a quarentena”



Percepção de risco em diversos locais da cidade



Receio de usar o Metrô



Quando acabar a quarentena,
você pensa em trocar o metrô
por outro meio de transporte?

Base: 500 entrevistados

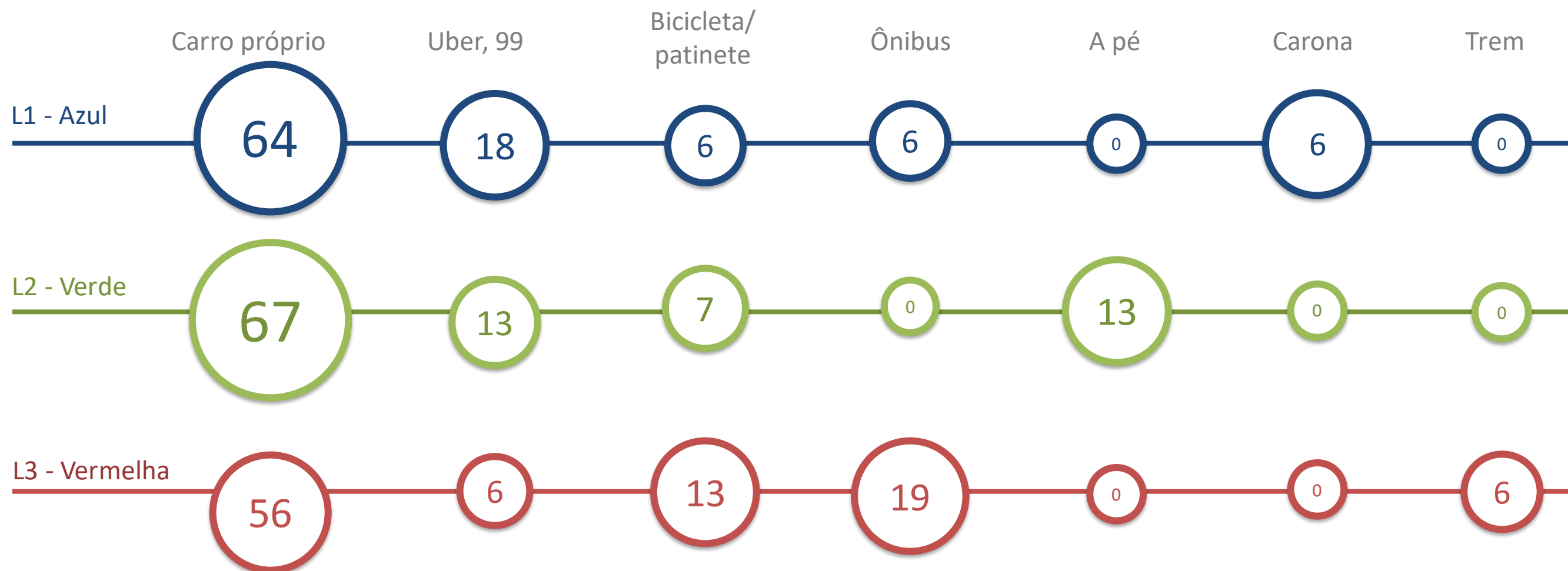


92% Não

6% Sim

2% Já mudou

Mudança de modo



Base: 38 entrevistados, 48 respostas

"Com o fim da quarentena e a retomada das atividades diárias, o que o Metrô poderia fazer para que seus passageiros se sintam bem e seguros durante a viagem?"



2.2 Comunicações dos canais de relacionamento (abril e maio de 2020)

Queda de 80% durante a pandemia

Destaques para aumento de queixas sobre:

- Presença de pedintes e ambulantes
- Comportamento inadequado
- Maior Intervalo entre trens e lotação (em abril e em maio apenas 3)
- Em maio, maior destaque para passageiros sem máscara

o metrô lotado todos juntos lado a lado
você sentada e as pessoas respirando
em cima de vc e as vezes espirrando.!”
Reclame Aqui, 07/04.

O comportamento do “outro” torna-se crítico na pandemia em função da possibilidade de contágio: ambulantes, pedintes, pessoas com comportamentos inadequados.



3. Conclusões

Em tempos de pandemia, o foco é no essencial: oferta de trens que garanta fluidez na circulação, sem aglomeração e permanência curta e segura no sistema, além da limpeza constante para evitar o contágio.

A satisfação está apoiada num tripé de aspectos: intensificação da limpeza e higienização, divulgação maciça de orientações ao público e quantidade menor de pessoas nos trens e plataformas.



Percepção de cuidado e proteção das pessoas

92% pretende voltar a utilizar o metrô.

Visibilidade das Ações

SENTIMENTO DE SEGURANÇA.

MOSTRAR ESFORÇO DE
DESCONTAMINAÇÃO DE
INSTALAÇÕES e ORIENTAÇÃO



Alamy

Asociación Latinoamericana de
Metros y Subterráneos



Metrô de São Paulo @metros... · 1d

😄 Além de intensificar a limpeza dos trens e estações, o Metrô também conta um reforço na luta contra a COVID-19: cabines de higienização (parecidas com túneis) nas estações Sé, Paraíso e Itaquera. Na @CPTM_oficial, estão no Tatuapé e Vila Olímpia. Saiba+ stm.sp.gov.br/SalaImprensa/l...



3 4 66

Lídia Silva

Estão fazendo um belo trabalho, cada dia tem novas orientações, pena que algumas pessoas não conseguem seguir, mas somos a maioria 🙌

Curtir · Responder · 3 d





Liberdade

O vírus tem nome, mas não tem visibilidade.
Toda proteção será inútil se não for visível e
reconhecível por todos.

Combate-se o inimigo invisível por meio de um
regime de visibilidade total de nossas “armas”, a
começar pelas máscaras e luvas que usamos.

O inimigo não é apenas o vírus invisível, mas o outro
que não torna visível sua proteção, seu escudo, sua
arma.

Adaptado do texto *Sobreviver outra vez!* - Dossiê Cult Ética em
tempos de peste - Maio 2020.

Grata!

Cecilia Guedes
cguedes@metrosp.com.br