


Información General

Facultad de Ciencias Socioeconómicas y empresariales			
Programa Académico: Tecnología en mercadeo y Gestión comercial		Grupo(s) de Investigación: GIMA	
Nombre del semillero /Sigla: Semillero en investigación en marketing – SEI+MARK		Fecha creación: 04/09/2007	
		Regional: Bucaramanga	
Líneas de Investigación: Comportamiento del consumidor			
Áreas del saber *			
	1. Ciencias Naturales		2. Ingeniería y Tecnologías
	3. Ciencias Médicas y de la Salud		4. Ciencias Agrícolas
	5. Ciencias sociales	X	6. Humanidades

Información del director del Proyecto

Nombre: Cyril Castex	No. de identificación: 341.723	Lugar de expedición: Bucaramanga
Nivel de Formación Académica (Pregrado / Postgrado / Link de CvLAC):		
Pregrado: Administrador de empresas		
Posgrado: Magister en Marketing		
Enlace CvLac: http://scienti.colciencias.gov.co:8081/cvllac/EnRecursoHumano/inicio.do		
Celular: 301.694.52.98	Correo Electrónico: cgerard@correo.uts.edu.co	

Información de los autores

Nombre	No. de Identificación y lugar de expedición		Celular	Correo Electrónico
Angie Nicole López Hernández	1.007.735.078	Piedecuesta	3134101072	isnicklopez@gmail.com
Lina María Poveda Castellanos	1.053.350.989	Chiquinquirá	3114901477	linapoveda35@hotmail.com
Liceth Karina Vega Olivar	1.127.345.983	Bucaramanga	3183391093	liceth.vega@gmail.com

Proyecto

1. Título del Proyecto: Estudio de la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas en Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro, año 2020.	Modalidad del Proyecto **				
	PA	PI	TG	RE	Otra. ¿Cuál?
		X			

2. Resumen del trabajo

Este proyecto de investigación tiene como propósito resolver la siguiente pregunta de investigación: ¿Cómo dar a entender la importancia fundamental de la calidad del servicio al usuario como clave de éxito social a los administradores de las aerolíneas en Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro y ayudarlos a mejorar este aspecto? El presente proyecto pretende la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas en Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro, en el año 2020 con la finalidad de conocer todo lo relacionado con el servicio al cliente, tales como quejas, reclamos, inquietudes, inconvenientes encontrados, aspectos que se deben mejorar, calidad de la asesoría y tiempo de resolución de solicitudes, entre otros factores.

A nivel de la metodología de trabajo, se realizó una revisión de literatura seguida de la aplicación de un instrumento de tipo investigación descriptiva que tuvo como objetivo describir sistemáticamente las apreciaciones de los usuarios en relación con la calidad de servicio del sector aeroportuario de la ciudad de Bucaramanga. La metodología utilizada fue una revisión de literatura científica y la aplicación de un instrumento (n=555). La técnica estadística que se aplicó fue la aplicación de las funciones asimetría y curtosis. Los resultados obtenidos permitieron las problemáticas encontradas a nivel del servicio al cliente de las aerolíneas en Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro. Las conclusiones permitieron obtener informaciones que podrán ayudar estas en su toma de decisión con recomendaciones para mejorar la calidad del servicio al cliente de estas mismas.

3. Objetivos

3.1. General

Realizar un estudio de mercados para evaluar la calidad del servicio al cliente de las empresas del sector de las aerolíneas de Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro, año 2020.

3.2. Específicos

- Diseñar un instrumento, de acuerdo con la especificidad del sector, que permita identificar la percepción de los consumidores a nivel de la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas de Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro
- Conocer las opiniones de los clientes (Necesidades, quejas, reclamos, sugerencias) a través de una investigación de mercados descriptiva.
- Recomendar estrategias para la implementación y/o el mejoramiento de la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas de Bucaramanga y del aeropuerto Palo Negro.

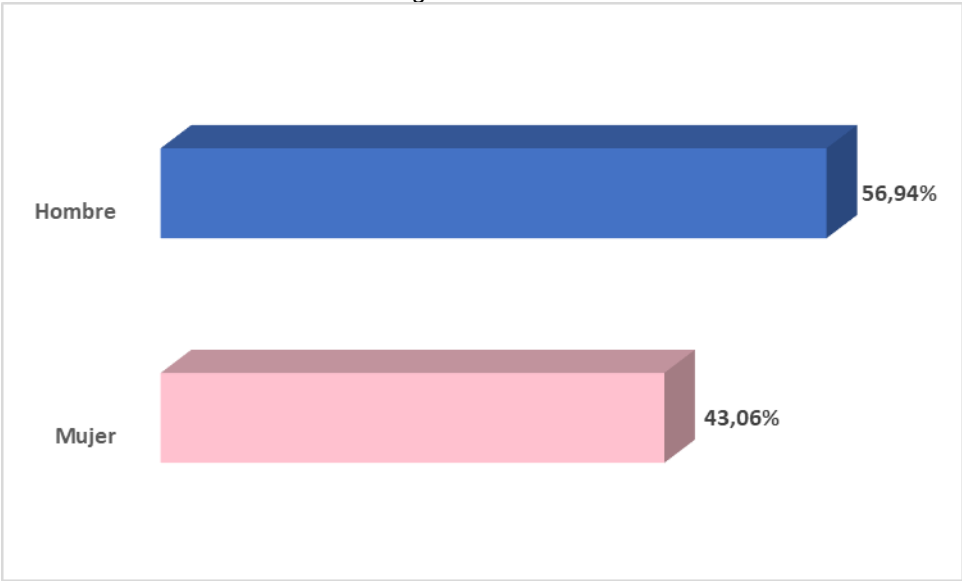
4. Análisis de los resultados

4. Análisis de los resultados

4.1. Preguntas demográficas

4.1.1. Género

Figura 1: Género



Fuente: Elaboración propia

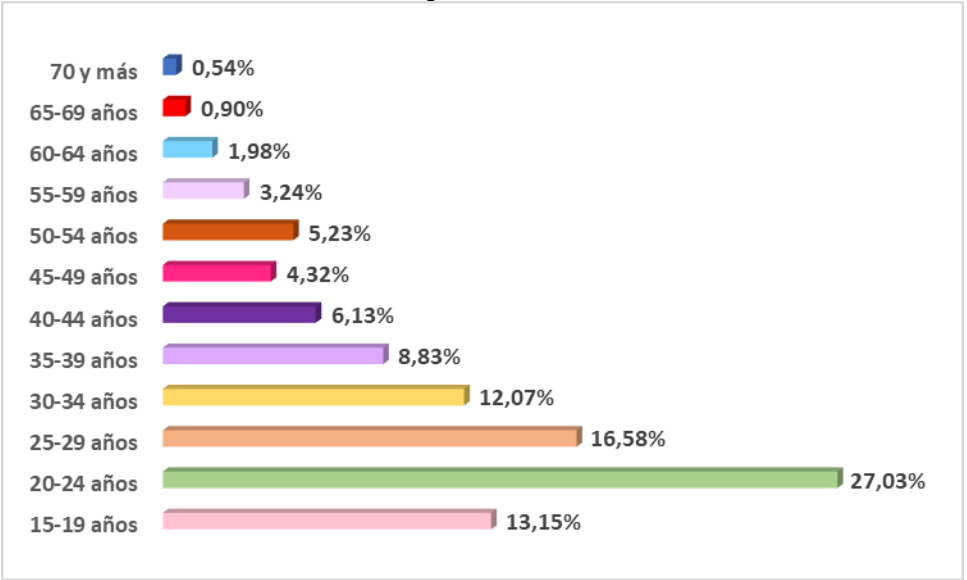
Tabla 1: Género

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Mujer	239	43,06%
Hombre	316	56,94%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.2. Edad

Figura 2: Edad



Fuente: Elaboración propia

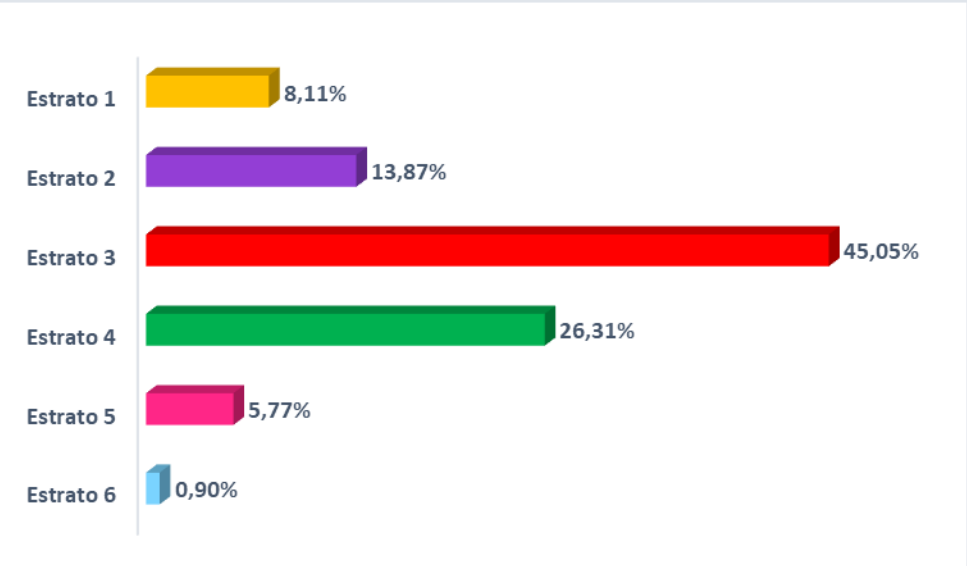
Tabla 2: Edad

Variable	Frecuencia	Porcentaje
15-19 años	73	13,15%
20-24 años	150	27,03%
25-29 años	92	16,58%
30-34 años	67	12,07%
35-39 años	49	8,83%
40-44 años	34	6,13%
45-49 años	24	4,32%
50-54 años	29	5,23%
55-59 años	18	3,24%
60-64 años	11	1,98%
65-69 años	5	0,90%
70 y más	3	0,54%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.3. Estrato

Figura 3: Estrato



Fuente: Elaboración propia

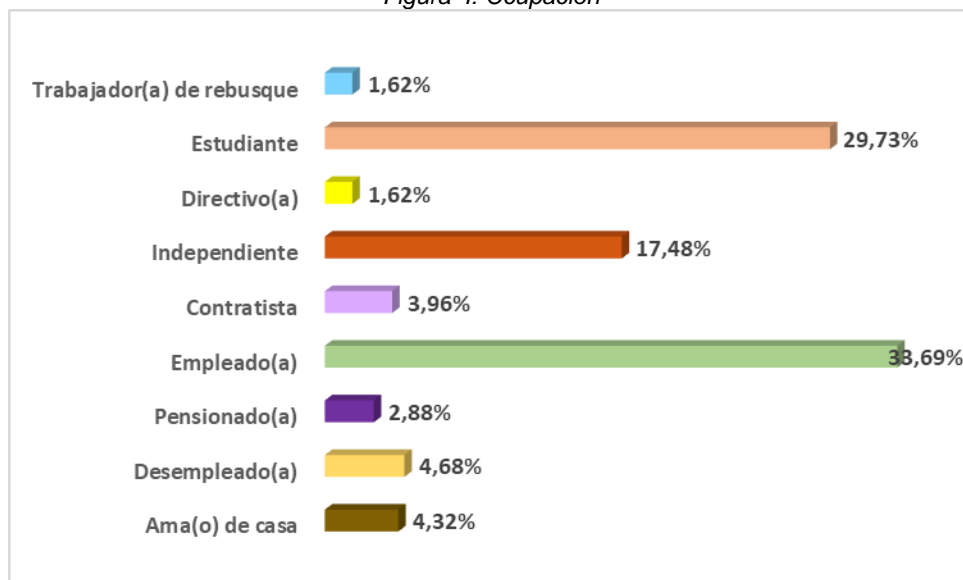
Tabla 3: Estrato

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Estrato 1	45	8,11%
Estrato 2	77	13,87%
Estrato 3	250	45,05%
Estrato 4	146	26,31%
Estrato 5	32	5,77%
Estrato 6	5	0,90%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.1.4. Ocupación

Figura 4: Ocupación



Fuente: Elaboración Propia

Tabla 4: Ocupación

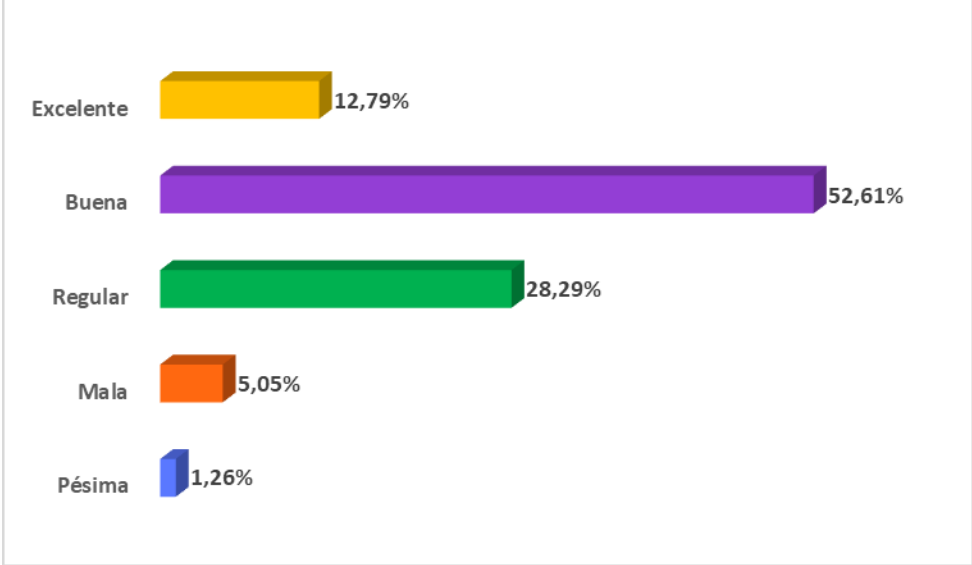
Variable	Frecuencia	Porcentaje
Ama(o) de casa	24	4,32%
Desempleado(a)	26	4,68%
Pensionado(a)	16	2,88%
Empleado(a)	187	33,69%
Contratista	22	3,96%
Independiente	97	17,48%
Directivo(a)	9	1,62%
Estudiante	165	29,73%
Trabajador(a) de rebusque	9	1,62%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración Propia

4.2. Preguntas de la encuesta

4.2.1. Calificación de la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

Figura 5: Calificación de la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 5, más del 65% de la muestra se encuentra en complacencia con la calidad de servicio al cliente de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro, mientras que más del 35% de la muestra se presenta insatisfecha. Al evidenciarse una tasa de satisfacción alta y una tasa de insatisfacción baja, la investigación permitirá encontrar los aspectos específicos del servicio al cliente que se deben mejorar en prioridad.

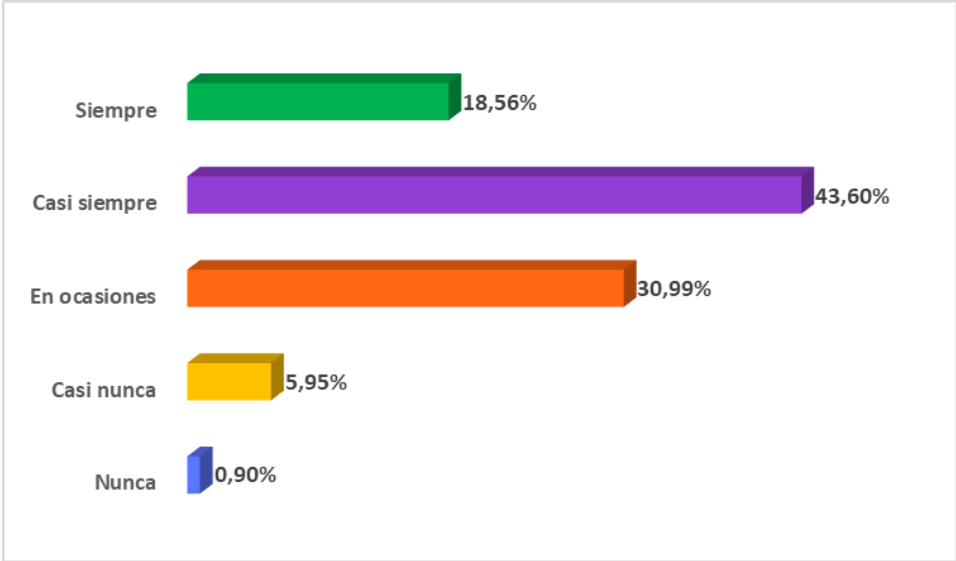
Tabla 5: Califique la calidad del servicio al cliente de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	7	1,26%
Mala	28	5,05%
Regular	157	28,29%
Buena	292	52,61%
Excelente	71	12,79%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.2. Los funcionarios de la de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro tienen toda la información técnica y la capacidad de dar una solución a la hora de atender al cliente

Figura 6: Los funcionarios de la de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro tienen toda la información técnica y la capacidad de dar una solución a la hora de atender al cliente



Fuente: Elaboración propia

Según la Figura 6, que más del 60% de la muestra opina que los funcionarios de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro tienen toda la información técnica y la capacidad de dar una solución a la hora de atender al cliente, mientras que más del 35% no lo piensa. Se puede interpretar que las aerolíneas y el aeropuerto Palo Negro no capacitan lo suficiente a los empleados en gran parte para ahorrar presupuesto y si existen capacitaciones, los gerentes de las empresas no permiten a los trabajadores asistir.

Tabla 6: Los funcionarios de la de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro tienen toda la información técnica y la capacidad de dar una solución a la hora de atender al cliente

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	5	0,90%
Casi nunca	33	5,95%
En ocasiones	172	30,99%
Casi siempre	242	43,60%
Siempre	103	18,56%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.3. Clasificación de las variables que brindan más satisfacción a los clientes en el aeropuerto Palo Negro

Tabla 7: Clasificación de las variables que brindan más satisfacción a los clientes en el aeropuerto Palo Negro

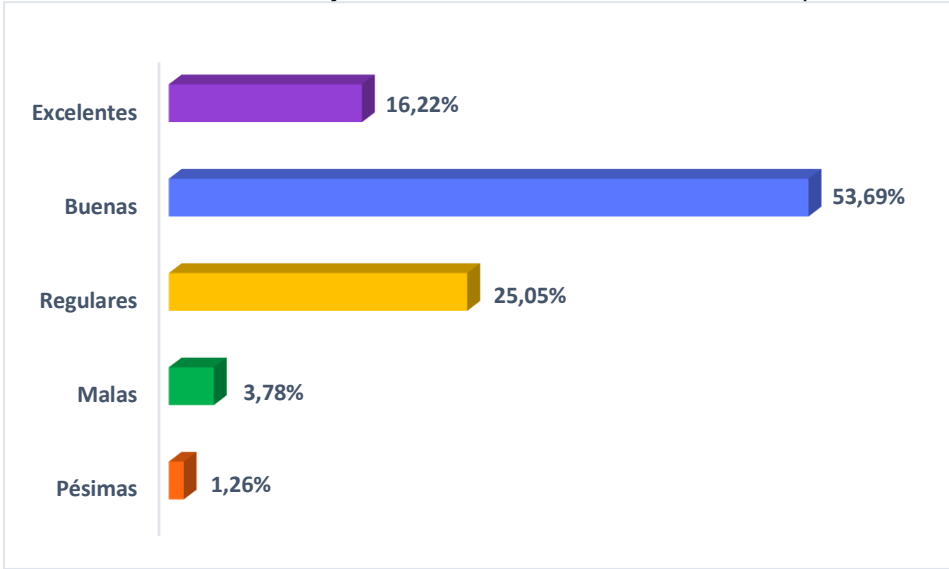
	Acceso al avión	Manejo de equipaje	Zona de espera	Puntualidad de vuelos	Tiempo de espera
Escala	19,89	18,66	18,11	17,89	16,6
Asimetría	-0,5581	-0,4060	-0,2861	-0,2329	-0,1622
Curtosis	-0,2769	-0,7279	-0,9105	-0,6383	-0,5064

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 7, y según el cálculo de Escala, que resalta lo que los encuestados dicen, las tres variables que generan más satisfacción a los clientes en el aeropuerto Palo Negro son el Acceso al avión, el Manejo del equipaje y la Zona de espera. Pero después de la aplicación de la función Curtosis, la cual diferencia científicamente lo que los encuestados dicen de lo que piensan y/o hacen, si bien se confirma que el Acceso al avión es la variable favorita, el Tiempo de espera y la Puntualidad de vuelos, superan el Manejo de equipaje y la Zona de espera. Se recomienda analizar las causas posibles de las deficiencias del manejo de equipaje y zona de espera. Se puede emitir como hipótesis que existe un problema de organización a nivel del manejo del equipaje y que el tiempo de espera esté más extendido de lo que se anuncia.

4.2.4. Calificación de la calidad y comodidad de las infraestructuras del aeropuerto Palo Negro

Figura 7: Calificación de la calidad y comodidad de las infraestructuras del aeropuerto Palo Negro



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 7, se observa que cerca del 70% de la muestra se encuentra satisfecha con la calidad y la comodidad de las infraestructuras del aeropuerto Palo Negro, mientras que más del 30% de los encuestados se encuentra insatisfecha. En lo dicho anteriormente, se puede interpretar que si bien la tasa de satisfacción está elevada, una parte de los encuestados necesita ver mejoras con respecto a equipo y mobiliario del aeropuerto Palo Negro, ya que perciben que no son lo suficiente numerosos y cómodos para sus necesidades.

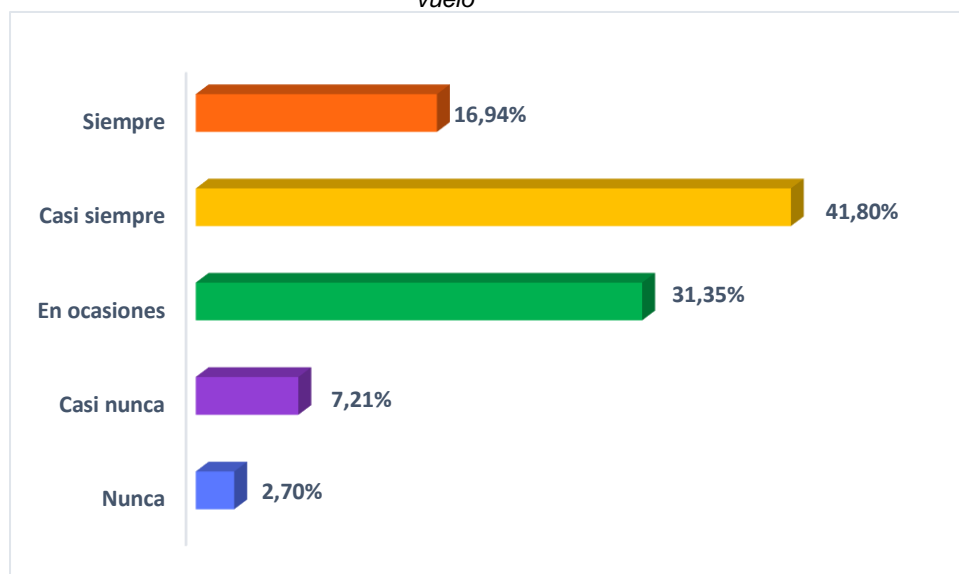
Tabla 8: Calificación de la calidad y comodidad de las infraestructuras del aeropuerto Palo Negro

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimas	7	1,26%
Malas	21	3,78%
Regulares	139	25,05%
Buenas	298	53,69%
Excelentes	90	16,22%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.5. Las aerolíneas cuentan con los servicios de: Wifi, infraestructura, atención al cliente, eficiencia en los tiquetes y buen servicio durante el vuelo

Figura 8: Las aerolíneas cuentan con los servicios de: Wifi, infraestructura, atención al cliente, eficiencia en los tiquetes y buen servicio durante el vuelo



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 8, se observa que existe una diferencia notable entre el grupo encuestado, con más del 55% de la muestra afirmando que las aerolíneas poseen los servicios de Wifi, infraestructura, atención al cliente, eficiencia en los tiquetes y buen servicio durante el vuelo, mientras que un poco más del 40% contradice lo anterior. Esto significa que algunas compañías low-cost no ofrecen estos de servicios debido a que venden tiquetes económicos y asumen una visión minimalista de los servicios adicionales. Igualmente existen diferencias sensibles entre las compañías clásicas donde algunas tienen un enfoque hacia las ventas y otras hacía el cliente. Se recomienda a las compañías que tienen escasa cultura hacia el cliente mejorar el aspecto servicial, puesto que desde ahora y a futuro, se convertirá en un fuerte atributo diferenciador.

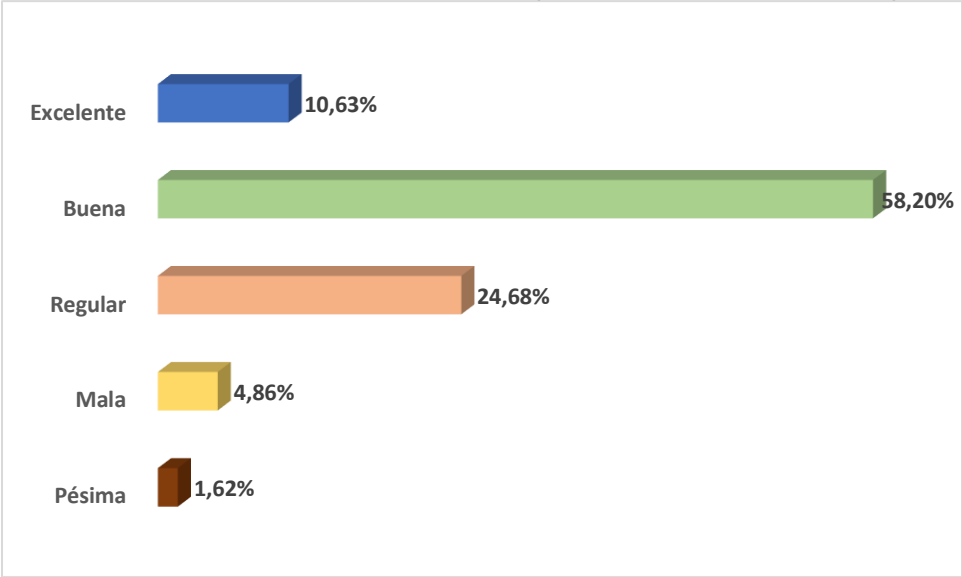
Tabla 9: Las aerolíneas cuentan con los servicios de: Wifi, infraestructura, atención al cliente, eficiencia en los tiquetes y buen servicio durante el vuelo

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	15	2,70%
Casi nunca	40	7,21%
En ocasiones	174	31,35%
Casi siempre	232	41,80%
Siempre	94	16,94%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.6. Calificación de la calidad del servicio de venta de tickets de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro

Figura 9: Calificación de la calidad del servicio de venta de tickets de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 9, se aprecia que más del 65% de la muestra se siente satisfecha con la calidad del servicio de venta de tickets de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro, mientras que más del 30% se encuentra insatisfecha. Se interpreta que existe una necesidad de capacitación del personal que procesa los procesos de ventas que sea a nivel del conocimiento técnico (Itinerarios, amplitud de vuelo, información de conexión) que a nivel de la atención y amabilidad.

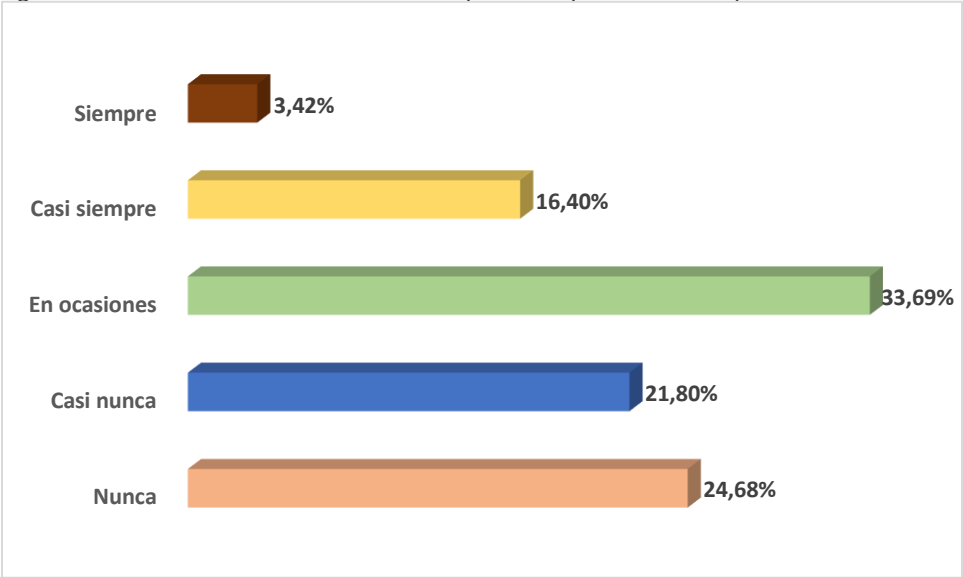
Tabla 10: Calificación de la calidad del servicio de venta de tickets de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésima	9	1,62%
Mala	27	4,86%
Regular	137	24,68%
Buena	323	58,20%
Excelente	59	10,63%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.7. Inconvenientes a la hora de comprar un ticket aéreo en plataformas virtuales

Figura 10: Inconvenientes a la hora de comprar un ticket aéreo en plataformas virtuales



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 10, más de la mitad de la muestra ha tenido inconvenientes a la hora de comprar un ticket aéreo en plataformas virtuales, mientras que más del 45% no ha tenido inconvenientes. Se determina que es necesario revisar las plataformas virtuales, pues uno de los casos más comunes cuando existen inconvenientes de este tipo puede ser el procedimiento de selección y compra, suponiendo que debe ser complejo para una parte notable de los usuarios.

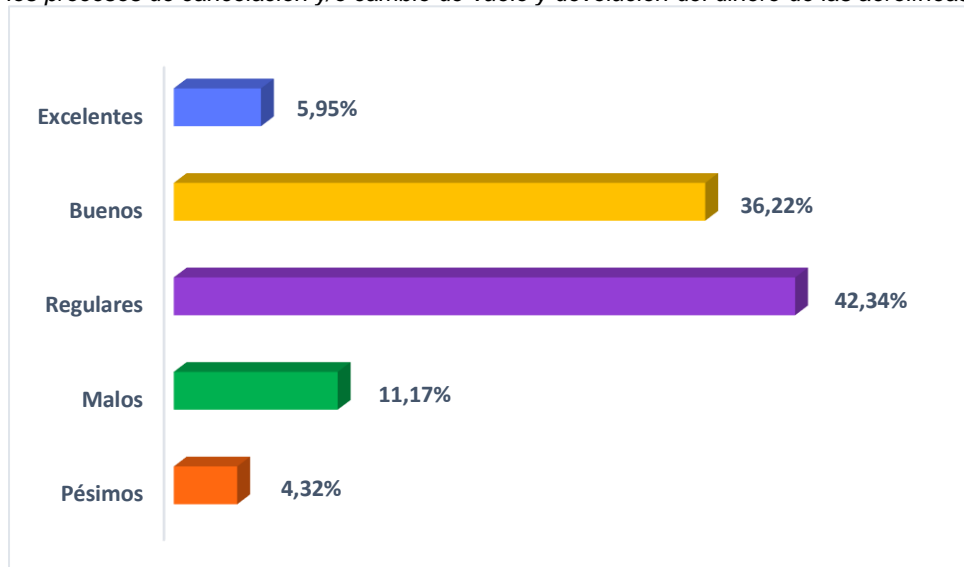
Tabla 11: Inconvenientes a la hora de comprar un ticket aéreo en plataformas virtuales

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	137	24,68%
Casi nunca	121	21,80%
En ocasiones	187	33,69%
Casi siempre	91	16,40%
Siempre	19	3,42%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.8. Calificación de los procesos de cancelación y/o cambio de vuelo y devolución del dinero de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro

Figura 11: Calificación de los procesos de cancelación y/o cambio de vuelo y devolución del dinero de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro



Fuente: Elaboración propia

Según a la Figura 11, más del 55% de la muestra se encuentra insatisfecha con los procesos de cancelación y/o cambio de vuelo y devolución del dinero de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro, mientras que más del 40% se encuentra satisfecha. Con lo anterior expuesto se deduce que el personal no está capacitado adecuadamente y que existen falencias a nivel de la agilidad y rapidez de los procesos administrativos y de la gestión de las devoluciones, cambios y cancelación.

Tabla 12: Calificación de los procesos de cancelación y/o cambio de vuelo y devolución del dinero de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimos	24	4,32%
Malos	62	11,17%
Regulares	235	42,34%
Buenos	201	36,22%
Excelentes	33	5,95%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.9. Clasificación de los aspectos que se deben mejorar en la calidad de servicio de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

Tabla 13: Clasificación de los aspectos que se deben mejorar en la calidad de servicio de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

	Brindar información adecuada y completa	Garantía por pérdida de equipaje	Atención por parte de las azafatas	Tiempo de espera en el aeropuerto	Rapidez para compra de ticket
Escala	18,22	18,20	17,94	17,49	16,80
Asimetría	-0,2472	-0,2044	-0,2184	-0,2215	-0,1468
Curtosis	-0,6360	-0,7999	-0,7983	-0,8592	-0,9120

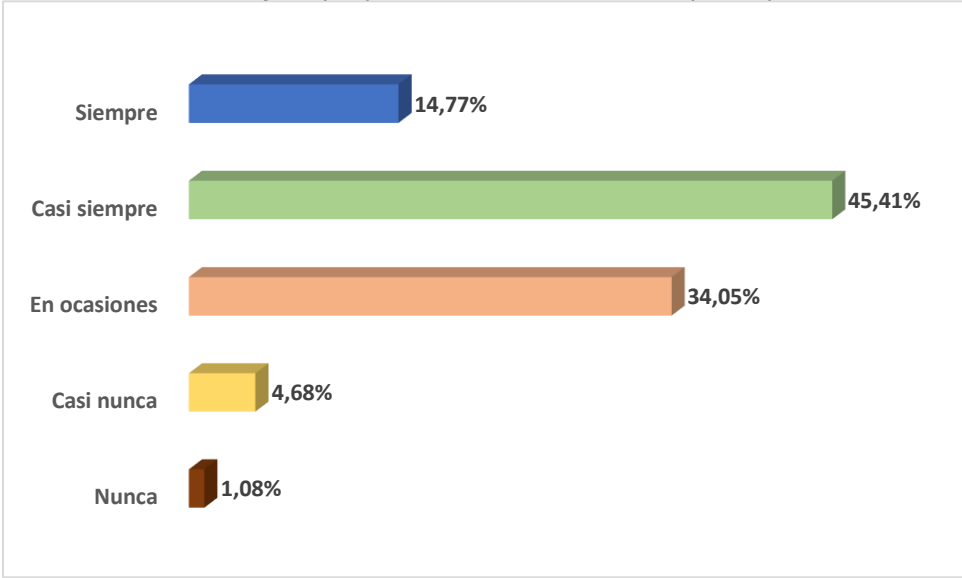
Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 13 y según el cálculo Escala que los dos aspectos que se deben mejorar en la calidad de servicio de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro son la entrega de *Información adecuada y completa* y la *Garantía por pérdida de equipaje*. Pero después del cálculo de la Asimetría, que refleja la tendencia a mediano y corto plazo, si se hace la misma pregunta dentro de 1 a 2 años, si bien los encuestados contestarán en primer lugar *Brindar información adecuada y completa*, contestarán como segunda y tercera opción *Tiempo de espera en el aeropuerto* y *Atención por parte de las azafatas*.

La aplicación de la función curtosis muestra que, en realidad, se deben mejorar tres aspectos: la entrega de *Información adecuada y completa* como punto prioritario, la *Atención por parte de las azafatas* como segundo punto y la *Garantía por pérdida de equipaje* como tercer punto. Se recomienda prestar mucha atención a las variables de entrega de información adecuada y completa y a la de atención por parte de las azafatas, haciendo una retroalimentación de capacitación al personal que se encarga de estas dos áreas, puesto que solucionar los inconvenientes y dudas de los clientes es un punto clave para fidelizarlos y tener una mejor imagen corporativa.

4.2.10. Se encuentra con facilidad la ayuda por parte de funcionarios del aeropuerto para consultar o solucionar alguna situación

Figura 12: Se encuentra con facilidad la ayuda por parte de funcionarios del aeropuerto para consultar o solucionar alguna situación



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 12, se observa que más del 60% de la muestra afirma que encuentra con facilidad ayuda por parte de funcionarios del aeropuerto para consultar o solucionar alguna situación, mientras que casi el 40% que no coincide con dicho aspecto. Se puede interpretar que existe una escasez de personal, sencillamente en aras de bajar los costos y que dicho personal se encuentra con sobrecarga de trabajo. Es recomendable hacer revisión de la lista de personal, además de identificar en qué momento hay mayor movimiento de vuelos, más flujo de clientes con el objetivo de tener más funcionarios a disposición del cliente.

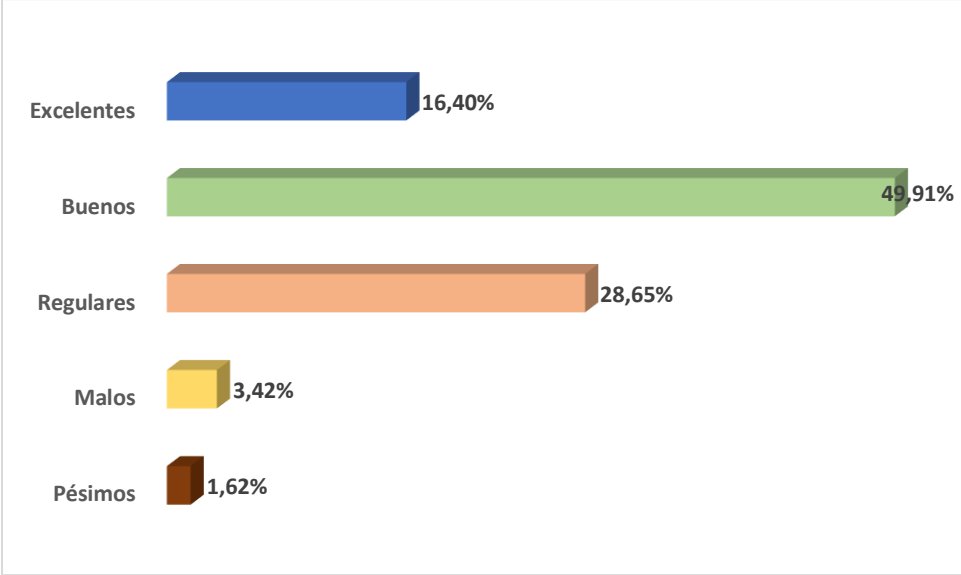
Tabla 14: Se encuentra con facilidad la ayuda por parte de funcionarios del aeropuerto para consultar o solucionar alguna situación

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nunca	6	1,08%
Casi nunca	26	4,68%
En ocasiones	189	34,05%
Casi siempre	252	45,41%
Siempre	82	14,77%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.11. Calificación de los protocolos de seguridad que aplica el Aeropuerto Palo Negro para acceder a la sala de abordaje

Figura 13: Calificación de los protocolos de seguridad que aplica el Aeropuerto Palo Negro para acceder a la sala de abordaje



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 13, se evidencia que más del 65% de la muestra se encuentra satisfecha los protocolos de seguridad, mientras que más del 30% se encuentra insatisfecha. Como se ha de repetir, es importante priorizar la capacitación del personal del aeropuerto y de las empresas de seguridad que estén a cargo de entrenar a los vigilantes. También es necesario maximizar la seguridad con cámaras, ya que este tema se relaciona con la variable manejo del equipaje y con la variable Garantía por pérdida de equipaje de la pregunta que tienen una percepción negativa, y es posible que este punto origine en parte esta insatisfacción.

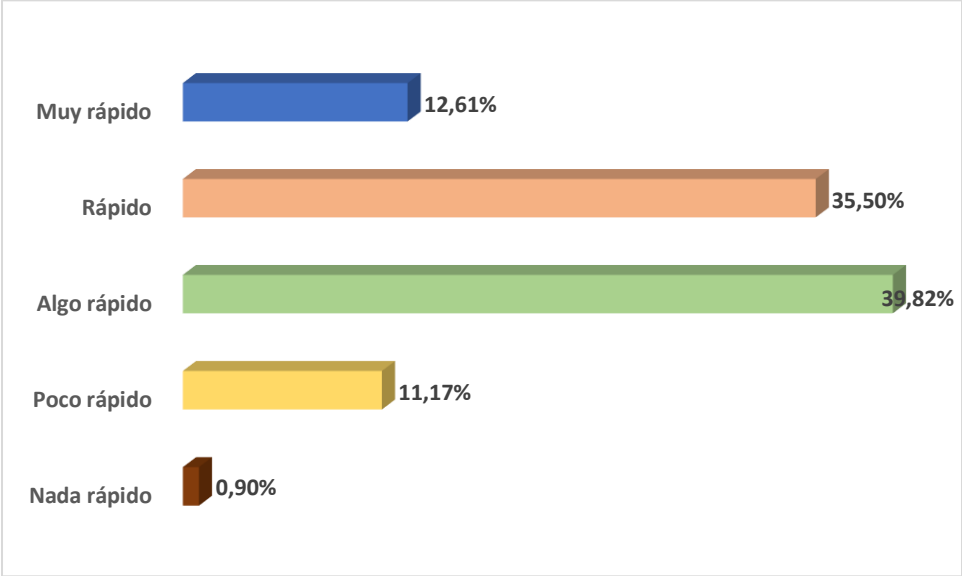
Tabla 15: Calificación de los protocolos de seguridad que aplica el Aeropuerto Palo Negro para acceder a la sala de abordaje

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimos	9	1,62%
Malos	19	3,42%
Regulares	159	28,65%
Buenos	277	49,91%
Excelentes	91	16,40%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.12. Calificación del grado de rapidez a la hora de realizar el proceso de check in

Figura 14: Calificación del grado de rapidez a la hora de realizar el proceso de check in



Fuente: Elaboración propia

En la Figura 14, se aprecia que más de la mitad de la muestra considera que el proceso de check-in falta de rapidez, mientras que más del 45% piensa que esta rápido. Esto se debe a las largas filas de espera por culpa de la indisponibilidad de varias taquillas y a la escasez de terminales automáticos para imprimir los pasas bordes. Además, no todas las compañías permiten la impresión de estos mismos desde casa. Se recomienda revisar quienes se encargan de esta área y comprobar cómo pueden mejorar su función, además de poner a disposición del cliente más medios virtuales para agilizar este proceso.

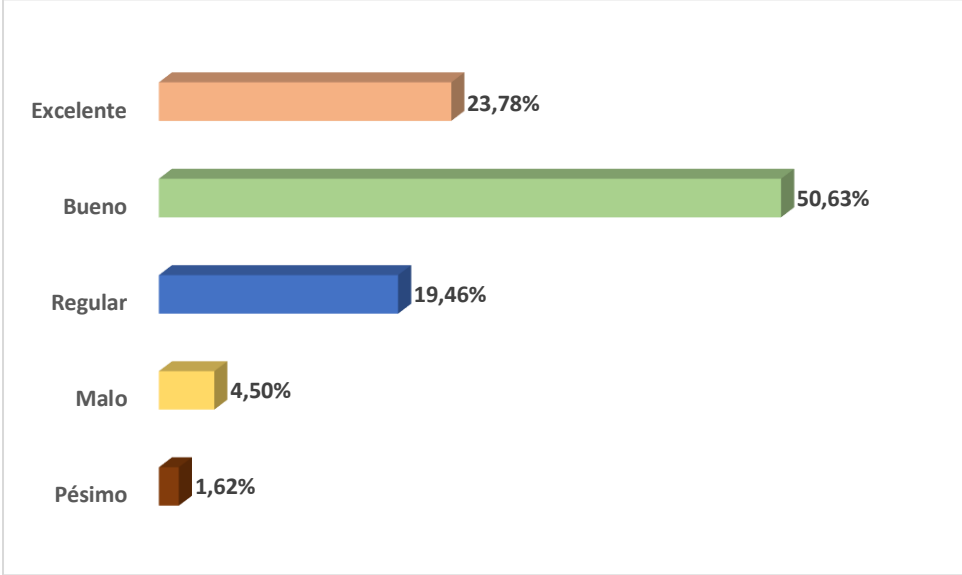
Tabla 16: Calificación del grado de rapidez a la hora de realizar el proceso de check in

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Nada rápido	5	0,90%
Poco rápido	62	11,17%
Algo rápido	221	39,82%
Rápido	197	35,50%
Muy rápido	70	12,61%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.13. Calificación del estado de los baños (Limpieza, higiene, orden) del aeropuerto internacional Palo Negro

Figura 15: Calificación del estado de los baños (Limpieza, higiene, orden) del aeropuerto internacional Palo Negro



Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Figura 15, casi el 75% de la muestra se encuentra satisfecha con estado de los baños (Limpieza, higiene, orden) del aeropuerto internacional Palo Negro, mientras que más del 25% se encuentra insatisfecha. Este aspecto podría mejorarse si se manejan de mejor manera los horarios del aseo con personas encargadas de esta tarea, incluso en horas en las que normalmente no hay mucho flujo de usuarios.

Tabla 17: Calificación del estado de los baños (Limpieza, higiene, orden) del aeropuerto internacional Palo Negro

Variable	Frecuencia	Porcentaje
Pésimo	9	1,62%
Malo	25	4,50%
Regular	108	19,46%
Bueno	281	50,63%
Excelente	132	23,78%
Total	555	100,00%

Fuente: Elaboración propia

4.2.14. Clasificación de los aspectos que menos agraden a los clientes de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

Tabla 18: Clasificación de los aspectos que menos agraden a los clientes de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro

	Seguridad	Servicio y atención	Instalaciones	Manejo del equipaje	Tiempo de espera
Escala	18,54	17,83	17,78	17,49	16,69
Asimetría	-0,2986	-0,1927	-0,1543	-0,1676	-0,2194
Curtosis	-0,5256	-0,6457	-0,8869	-0,9746	-0,6798

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con la Tabla 18 y según el cálculo de Escala, las tres variables que menos agraden a los clientes de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro, son la *Seguridad*, el *Servicio y la Atención* y las *Instalaciones*. Pero después del cálculo de la Asimetría, si se hace la misma pregunta dentro de 1 a 2 años, si bien los encuestados contestarán en primer lugar *Seguridad*, contestarán como segunda opción *Tiempo de espera* y como tercera *Manejo del equipaje*.

La aplicación de la función curtosis permite indagar que si bien la *Seguridad* y el *Servicio y atención* son las variables que menos agraden al cliente, la tercera es el *Tiempo de espera*. Como se ha mencionado la seguridad afecta al manejo del equipaje y a la pérdida del mismo, por lo que los clientes encuentran esto como muy desagradable, puesto que es algo que se recalca en varios puntos de la investigación. Se recomienda realizar una mejora en la organización del equipaje y aumentar la seguridad, ya que es posible que la pérdida del equipaje sea por robos o incluso por confusiones. Además, se sugiere que el tiempo de espera sea cumplido en el momento asignado, para evitar la desesperación y reclamos de los clientes.

5. Conclusiones

De acuerdo con los resultados del estudio, se puede concluir que las aerolíneas y el aeropuerto Palo Negro no capacitan lo suficiente a los empleados en gran parte para ahorrar presupuesto y si existen capacitaciones, los gerentes de las empresas no permiten a los trabajadores asistir. A nivel de las variables que brindan más satisfacción, se encuentran la Puntualidad de vuelos y el acceso al avión. Para las que brindan menos satisfacción, se puede citar la Seguridad, el servicio y la atención y el tiempo de espera.

Además, una parte de los encuestados necesita ver mejoras con respecto a equipo y mobiliario del aeropuerto Palo Negro, ya que perciben que no son lo suficiente numerosos y cómodos para sus necesidades. A nivel de los servicios, tales como Wifi, infraestructura, atención al cliente, eficiencia en los tiquetes y buen servicio durante el vuelo, algunas compañías low-cost no ofrecen estos de servicios debido a que venden tiquetes económicos y asumen una visión minimalista de los servicios adicionales. Igualmente existen diferencias sensibles entre las compañías clásicas donde algunas tienen un enfoque hacia las ventas y otras hacia el cliente.

Para lo que concierne el servicio de venta de tiquetes, se evidencio que existe una necesidad de capacitación del personal que procesos de ventas que sea a nivel del conocimiento técnico (Itinerarios, amplitud de vuelo, información de conexión) que a nivel de la atención y amabilidad. En cuanto a los procesos de cancelación y/o cambio de vuelo y devolución del dinero por parte de las aerolíneas del aeropuerto Palo Negro, se evidencio que el personal no está capacitado adecuadamente y que existen falencias a nivel de la agilidad y rapidez de los procesos administrativos y de la gestión de estos factores.

Los aspectos que se deben mejorar en la calidad de servicio de las aerolíneas y del aeropuerto Palo Negro son la entrega de Información adecuada y completa como punto prioritario, la Atención por parte de las azafatas como segundo punto y la Garantía por pérdida de equipaje como tercer punto. A nivel de la facilidad con la cual se puede encontrar la ayuda por parte de funcionarios del aeropuerto para consultar o solucionar alguna situación, existe una escasez de personal, sencillamente en aras de bajar los costos y que dicho personal se encuentra con sobrecarga de trabajo. Para lo que concierne el poco grado de rapidez a la hora de realizar el proceso de check in, esto se debe a las largas filas de espera por culpa de la indisponibilidad de varias taquillas y a la escasez de terminales automáticos para imprimir los pasaportes. Además, no todas las compañías permiten la impresión de estos mismos desde casa.

6. Recomendaciones

De acuerdo con lo observado en el estudio, se recomienda a las clínicas y los hospitales de Bucaramanga, poner en marcha las siguientes acciones:

- Analizar las causas posibles de las deficiencias del manejo de equipaje y zona de espera. Se puede emitir como hipótesis que existe un problema de organización a nivel del manejo del equipaje y que el tiempo de espera esté más extendido de lo que se anuncia.
- Las compañías que tienen escasa cultura hacia el cliente deben mejorar el aspecto servicial, puesto que desde ahora y a futuro, se convertirá en un fuerte atributo diferenciador
- Capacitar personal de procesos de ventas que sea a nivel del conocimiento técnico (Itinerarios, amplitud de vuelo, información de conexión) que a nivel de la atención y amabilidad.
- Revisar las plataformas virtuales, pues uno de los casos más comunes cuando existen inconvenientes de este tipo puede ser el procedimiento de selección y compra, suponiendo que debe ser complejo para una parte notable de los usuarios.
- Prestar mucha atención a las variables de entrega de información adecuada y completa y a la de atención por parte de las azafatas, haciendo una retroalimentación de capacitación al personal que se encarga de estas dos áreas, puesto que solucionar los inconvenientes y dudas de los clientes es un punto clave para fidelizarlos y tener una mejor imagen corporativa.
- Hacer revisión de la lista de personal, además de identificar en qué momento hay mayor movimiento de vuelos, más flujo de clientes con el objetivo de tener más funcionarios a disposición del cliente.
- Priorizar la capacitación del personal del aeropuerto y de las empresas de seguridad que estén a cargo de entrenar a los vigilantes.
- Maximizar la seguridad con cámaras, ya que este tema se relaciona con la variable manejo del equipaje y con la variable Garantía por pérdida de equipaje de la pregunta que tienen una percepción negativa, y es posible que este punto origine en parte esta insatisfacción.
- Revisar quienes se encargan del área de check-in y comprobar cómo pueden mejorar su función, además de poner a disposición del cliente más medios virtuales para agilizar este proceso.

- Manejar de mejor manera los horarios del aseo de los baños con personas encargadas de esta tarea, incluso en horas en las que normalmente no hay mucho flujo de usuarios.
- Realizar una mejora en la organización del equipaje y aumentar la seguridad, ya que es posible que la pérdida del equipaje sea por robos o incluso por confusiones.
- Cumplir con el tiempo de espera en el momento asignado, para evitar la desesperación y reclamos de los clientes

7. Bibliografía

García, A. (2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Telos*, 381-398.

Guerrero, G. (2014). La calidad del servicio al cliente en los grandes supermercados de Ibagué: un análisis desde la escala multidimensional (SERVQUAL). *Cuadernos de Administración*, 54-64.

Martínez, S. (2016). *Investigación y recogida de información de mercados*. Malaga: IC.

Talero, D. (2014). *Servicio al cliente como estrategia para crear ventajas competitivas en el sector construcción en Colombia*. Bogotá: Universidad Militar Nueva Granada.

8. Anexos

Anexo A – Encuesta original

Anexo B – Hoja Excel de respuestas

Anexo C – Hoja Excel de resultados

* Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE)

** PA: Plan de Aula, PI: Proyecto integrador, TG: Trabajo de Grado, RE:Reda