



Noviembre 2018 - ISSN: 1696-8352

TRÁNSITO AÉREO: INCIDENCIA DE LA GESTIÓN POR PROCESOS EN LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

Daysi Valeria Paredes Vargas

Universidad de las Fuerzas Armadas ESPE, Centro de Posgrados, Dpto de Ciencias Económicas, Administrativas y de Comercio, Ecuador. Maestría en Dirección y Planificación Estratégica,
Dvparedes1@espe.edu.ec

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

Daysi Valeria Paredes Vargas (2018): "Tránsito aéreo: incidencia de la gestión por procesos en la satisfacción del cliente", Revista Observatorio de la Economía Latinoamericana, (noviembre 2018). En línea:

<https://www.eumed.net/rev/oel/2018/11/transito-aereo-cliente.html>

Resumen

La presente investigación tiene como objetivo determinar la incidencia que tiene la Gestión por procesos en la satisfacción del cliente basados en las dimensiones de la calidad del servicio. Considerando que la calidad implica mejorar permanentemente la eficacia y eficiencia de la organización así como sus actividades y estar siempre muy atento a las necesidades del cliente y a sus quejas o muestras de insatisfacción. Se tomó como caso de análisis a Tame EP utilizando una metodología de tipo no experimental, con enfoque cuantitativo y correlacional utilizando como instrumento la encuesta a través de un cuestionario estructurado de 30 preguntas con opción única y de calificación. Luego de realizado el estudio, se comprobó la hipótesis planteada que determinó que la gestión por procesos basada en la calidad, influye de manera significativa en la satisfacción del cliente en Tame EP.

Palabras clave: Gestión por Procesos, Satisfacción Cliente, Transporte Aéreo, Calidad, Cliente

Abstract

The objective of this research is to determine the impact of Management by processes on customer satisfaction, based on the dimensions of service quality; considering that quality means permanently improving the efficiency and effectiveness of the organization and its activities, and always being very attentive to the client's needs and their complaints or signs of dissatisfaction. For this, Tame EP was taken as an analysis case; the research was of a non-experimental type, with a quantitative approach, of a descriptive and correlational type, using the survey technique and as a research instrument, a structured questionnaire of 30 questions with a single option and a qualification. After carrying out the study, the hypothesis was verified that determined that the management by processes based on quality, influences significantly in the satisfaction of the client in Tame EP.

Keywords: Process Management, Customer Satisfaction, Air Transport, Quality, Customer.

INTRODUCCION:

La Gestión por Procesos está dirigida a realizar procesos competitivos y capaces de reaccionar autónomamente a los cambios mediante el control constante de la capacidad de cada proceso, la mejora continua, la flexibilidad estructural y la orientación de las actividades hacia la plena satisfacción del cliente y de sus necesidades. Es un esquema que permite organizar los esfuerzos y la utilización de los recursos para lograr la satisfacción balanceada de todos los entes vinculados a cada uno de los procesos que definen el sistema organizacional. Este esquema de gestión requiere que las partes que lo componen se caractericen por crear relaciones coordinadas que permitan alcanzar los requerimientos de los clientes finales, en los tiempos establecidos y a los costos presupuestados (Gardner, 2001).

Considerando que la satisfacción al cliente es lo ideal para una empresa que tenga como objetivo la calidad, es importante evaluar la calidad del servicio que reciben los clientes y determinar si se están satisfaciendo sus expectativas para tomar los correctivos de ser necesarios. Para evaluar la satisfacción de los clientes se utilizará un modelo basado en las cinco dimensiones de la calidad que son; dimensiones de fiabilidad, sensibilidad, seguridad, empatía y elementos tangibles" (Matsumoto, 2014).

El proceso de medición de la calidad del servicio implica que dadas sus características se establezcan diferentes dimensiones de evaluación que permitan un juicio global de ella. Estas dimensiones son elementos de comparación que utilizan los sujetos para evaluar los distintos objetos (p.251).

Por consiguiente la calidad del servicio puede considerarse como un conjunto de varios atributos, los cuales no solamente son atributos tangibles, sino también atributos intangibles tales como: seguridad y comodidad que son difíciles de medir. Para medir la calidad del servicio, las herramientas de medición convencionales se diseñan en escalas cardinales u ordinales. La mayoría de las observaciones sobre la escala basadas en la medición es que las puntuaciones no necesariamente representan la preferencia del usuario. Esto se debe a que los encuestados deben convertir internamente la preferencia en puntajes y la conversión puede introducir una distorsión de la preferencia que se registra (Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L, 1985).

La interacción entre calidad y satisfacción denotan una relación de interdependencia en vista de que forman una dualidad indisociable, ya que cuando el cliente obtiene un producto o servicio de calidad, esto repercutirá en su satisfacción.

En general, puede afirmarse que el objetivo principal que se persigue con este interés por la calidad es la satisfacción del cliente y la eficiencia en el logro de esa satisfacción (uso adecuado de recursos organizacionales) con el fin de mantener o aumentar la competitividad empresarial (Cendales Godoy, 2014).

En este sentido la calidad equivale a cero defectos, calidad es hacerlo bien a la primera, calidad es la conformidad a unos requisitos previos; sin embargo cuando hablamos de servicios, evidentemente, no siempre es posible. Por ejemplo, podemos recordar en lo que atañe a este tema de los errores como: las equivocaciones son una parte crítica de todo servicio, pues por mucho que se esfuercen incluso las mejores empresas de servicios no pueden evitar el ocasional vuelo con retraso. El hecho es que en los servicios prestados a menudo en presencia de clientes, los errores son inevitables. (Civera, 2008).

La orientación al cliente como parte de los sistemas de gestión de calidad implica que las empresas deben buscar una cercanía con el consumidor, y es a partir de la comunicación con los clientes que se puede establecer una fuente de información, que permita apalancar las acciones para el mejoramiento continuo de los procesos (Fontalvo, Quejada, Puello, 2011).

Por otra parte los clientes satisfechos volverán a consumir el producto o servicio y comunicarán a otros sus experiencias positivas en el producto o el servicio. La clave es hacer que las expectativas del cliente coincidan con el desempeño de la empresa. Las empresas inteligentes buscan encantar a los clientes mediante promesas que pueden entregar, y entregar después más de lo que prometieron. Los clientes insatisfechos cambiarán a la competencia y menospreciarán el producto o servicio delante de otro.

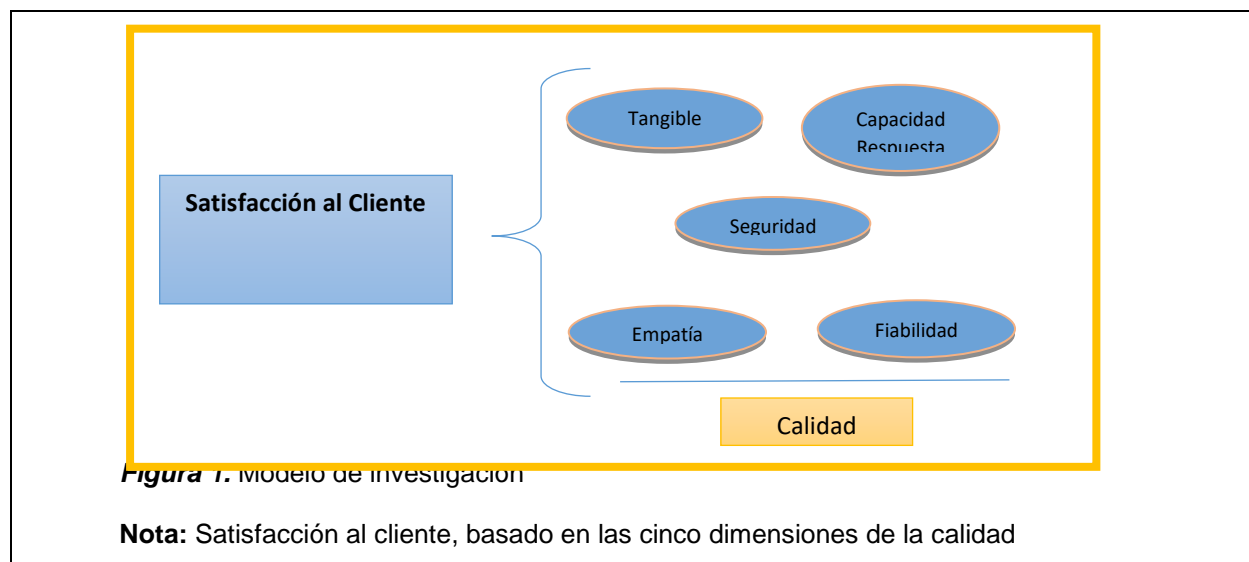
Por ello se denota la importancia de conocer si existe o no una incidencia de la Calidad de Servicio en la Satisfacción de los Clientes; y se definen a la Calidad de Servicio como variable independiente, y a la Satisfacción como variable dependiente.

Materiales y Método:

Para esta investigación sobre Gestión por Procesos y su incidencia en la Satisfacción del cliente basada en la calidad, se ha optado por el método cartesiano, conocido también como el discurso del método, es aquel que consiste en la aplicación de una duda metódica, es decir que se trata de dudar sobre toda o cualquier verdad que es exhibida frente a nuestros sentidos para así lograr reconocer las verdades que toleran la duda metódica, las cuales son aquellas verdades mayores sobre las que debe erigirse una idea de la realidad; el modelo de investigación tiene un enfoque cuantitativo, usando magnitudes numéricas que pueden ser tratadas mediante herramientas del campo de la estadística; cuya tipología de la investigación es aplicada, ya que se basa fundamentalmente en los hallazgos tecnológicos de la investigación básica, ocupándose del proceso de enlace entre la teoría y el producto, documental, insitu, no experimental por el control de variables, y por su alcance un tipo de investigación correlacional.

El proceso de análisis de datos se sustenta en una encuesta online, de tipo descriptiva, buscando crear un registro sobre la satisfacción al cliente, en base la percepción de los servicios recibidos en los vuelos de Tame EP; esta encuesta fue enviada a una base de datos de 24218 pasajeros, de los cuales han sido respondidas 78 encuestas por lo que el estudio es de tipo no probabilístico, mismas que serán utilizadas en este estudio para medir la percepción; y también se sustenta en una encuesta estructurada para medir la expectativa, realizada a 9 personas del área de Productos y Servicios de Tame EP, área responsable de velar por la satisfacción del cliente de la aerolínea.

Modelo de Investigación



Para determinar la incidencia de la Gestión por Procesos en la Satisfacción al Cliente, se correlacionó la satisfacción del cliente ante la percepción de los servicios de Tame EP, basada en las cinco dimensiones de la calidad; para ello se realizó dos encuestas.

El cuestionario que mide la calidad, consta de ítems agrupados en las cinco dimensiones del modelo y adecuadas a características propias de Tame EP, las mismas que están referidas en la figura 2.

Dimensiones	Definición	Subdimensiones Ítems de la encuesta
Elementos tangibles	Como la parte visible de la oferta: la apariencia y limpieza de las instalaciones física	Equipos - aeronaves
		Instalación física visualmente atractiva
		Apariencia integral de los colaboradores
Capacidad de respuesta	Prontitud y espíritu servicial. Disposición y voluntad para ayudar a los usuarios y proporcionar un servicio rápido	Cumplimiento de promesa contractual
		Tiempo de respuesta de reclamos
		Horarios convenientes Colaboradores que respondan
Fiabilidad	Desempeño confiable y preciso. Habilidad para prestar el servicio en forma acertada, cuidadosa y como se anuncia.	Fiabilidad de los servicios
		Fiabilidad del colaboradores
Seguridad	Conocimiento y atención mostrados por los colaboradores y otros funcionarios. Habilidad para inspirar credibilidad, competencia profesional confianza y garantía.	Clientes seguros con sus proveedores
		Colaboradores bien capacitados

Empatía	Atención individualizada al cliente
	Atención individualizada que se ofrece al usuario. Acceso fácil, buenas comunicaciones y comprensión del usuario
	Preocupación por los intereses de los clientes
	Colaboradores amables
	Comprensión por la necesidades de los clientes

Figura 2. Dimensiones e ítems

Cada ítem se puntuó en una escala de Likert del 1 al 5 para las expectativas, uno representa totalmente en desacuerdo y cinco totalmente de acuerdo tal como muestra la figura 3.

Valoración	Valoración y Escala
1	Totalmente desacuerdo
2	En desacuerdo
3	Indiferente
4	De acuerdo
5	Totalmente de acuerdo

Figura 3. Escala de Likert para expectativas

Para la percepción del cliente uno significa Muy Insatisfecho y cinco significa Muy Satisfecho, tal como se representa en la figura 4.

Valoración	Valoración y Escala	Nivel de Satisfacción
1	Muy Insatisfecho	Satisfacción Baja
2	Insatisfecho	
3	Indiferente	Indiferente
4	Satisfecho	Satisfacción Alta
5	Muy Satisfecho	

Figura 4. Escala de Likert para percepción

La información obtenida después de aplicar el cuestionario a la muestra objeto de estudio permitirá correlacionar la satisfacción del cliente con la calidad. “Si se logra eliminar o minimizar las brechas se obtiene mayor calidad del servicio” (Bernuy, 2005), lo cual permitirá conocer los aspectos del proceso que generan mayor satisfacción.

(George, D., & Mallery, 2003), El método de consistencia interna basado en el alfa de Cronbach permite estimar la fiabilidad de un instrumento de medida a través de un conjunto de ítems que se espera que midan el mismo constructo o dimensión teórica.

Resumen de procesamiento de casos

	N	%
Casos Válido	9	11,4

Excluido ^a	70	88,6
Total	79	100,0

a. La eliminación por lista se basa en todas las variables del procedimiento.

Estadísticas de fiabilidad

Alfa de Cronbach	N de elementos
,803	31

El cuestionario de satisfacción del cliente es confiable al ,803.

Resultados

Con el objeto de determinar la incidencia de la Gestión por Procesos en la satisfacción al cliente, se toma como modelo a Tame Empresa Pública (TAME EP), y a continuación se presentan los criterios relevantes obtenidos a través de la aplicación de las encuestas, dirigida tanto para los colaboradores de la aerolínea, como a sus clientes.

Resultados encuesta a colaboradores

Tabla 1.

¿La aerolínea cuenta con aeronaves modernas y adecuadas para atender a sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	6,3	55,6	55,6
	En desacuerdo	2	2,5	22,2	77,8
	Totalmente de acuerdo	2	2,5	22,2	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 1, subdimensión de los Elementos Tangibles, expectativa del servicio.

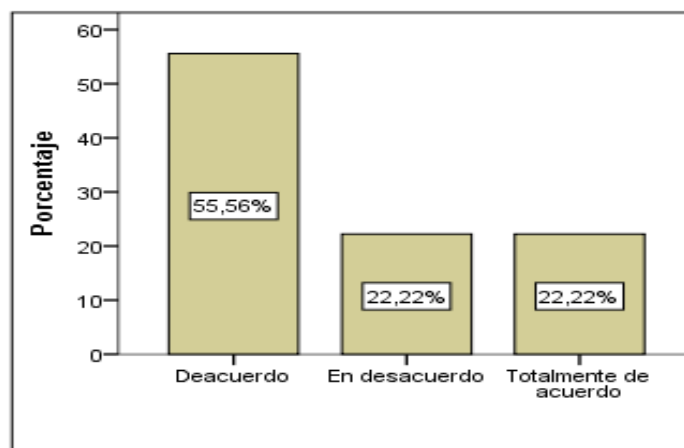


Figura 5. ¿La aerolínea cuenta con aeronaves modernas y adecuadas para atender a sus clientes?

Tabla 2.

¿Los ambientes de la aerolínea son amplios y cómodos para recibir atención?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	4	5,1	44,4	44,4
	En desacuerdo	2	2,5	22,2	66,7
	Totalmente de acuerdo	2	2,5	22,2	88,9
	Indiferente	1	1,3	11,1	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 2, subdimensión de los Elementos Tangibles, expectativa del servicio.

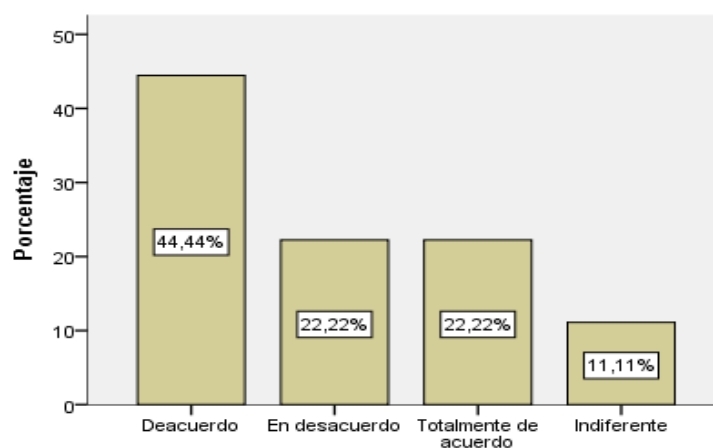


Figura 6. ¿Los ambientes de la aerolínea son amplios y cómodos para recibir atención?

Tabla 3.

¿Los colaboradores de la aerolínea se encuentran uniformados e identificados?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	En desacuerdo	5	6,3	55,6	55,6
	Indiferente	4	5,1	44,4	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		

Total	79	100,0
-------	----	-------

Nota. Resultados de calificación pregunta 3, subdimensión de los Elementos Tangibles, expectativa del servicio

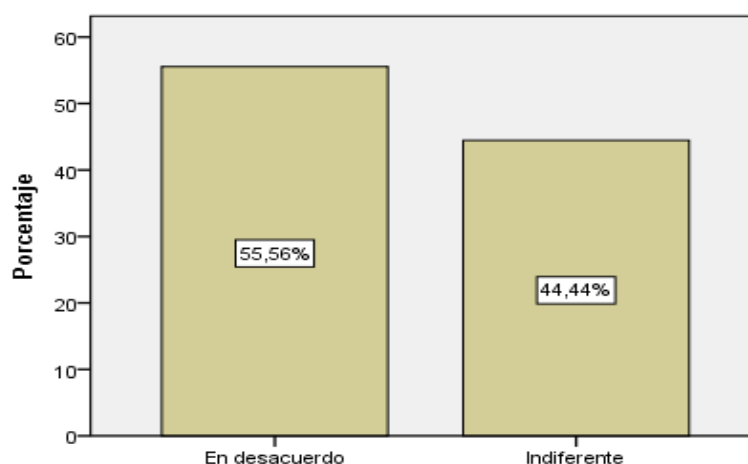


Figura 7. ¿Los colaboradores de la aerolínea se encuentran uniformados e identificados?

Tabla 4.

¿La aerolínea cumple con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio o transporte aéreo?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	5	6,3	55,6	55,6
	Totalmente de acuerdo	4	5,1	44,4	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 4, subdimensión de los Elementos Tangibles, expectativa del servicio

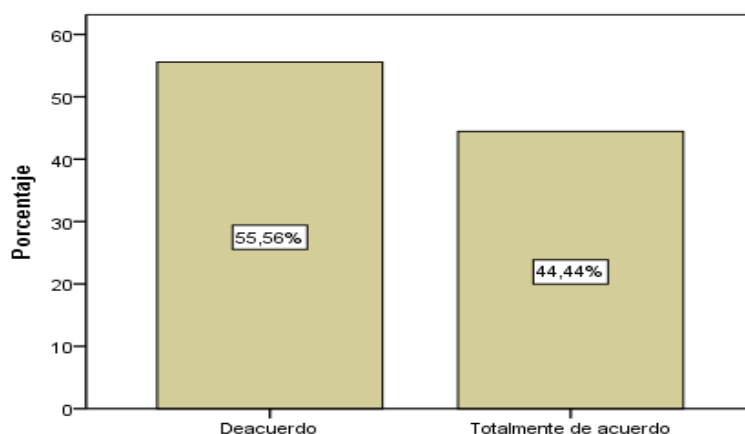


Figura 8. ¿La aerolínea cumple con las cláusulas y especificaciones del contrato de servicio o transporte aéreo?

Tabla 5.

¿El servicio de transporte aéreo que presta Tame EP, es fiable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	5	6,3	55,6	55,6
	Deacuerdo	3	3,8	33,3	88,9
	Totalmente en desacuerdo	1	1,3	11,1	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 5, subdimensión de la Fiabilidad, expectativa del servicio.

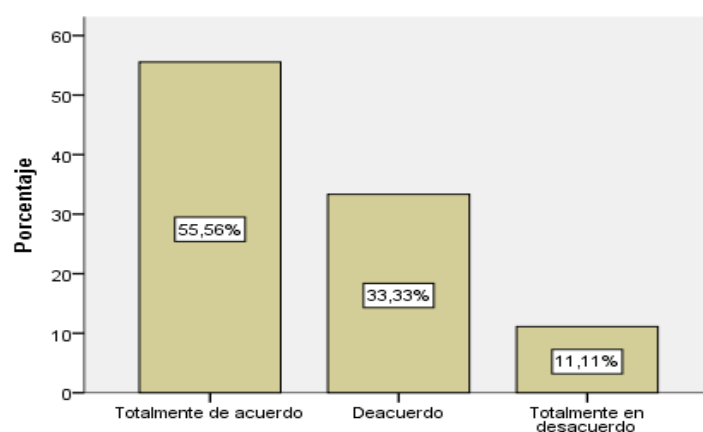


Figura 9. ¿El servicio de transporte aéreo que presta Tame EP, es fiable?

Tabla 6.

¿El personal de servicio de la aerolínea brinda información fiable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	5,1	44,4	44,4
	Deacuerdo	4	5,1	44,4	88,9

	Totalmente en desacuerdo	1	1,3	11,1	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 6, subdimensión de la Fiabilidad, expectativa del servicio.

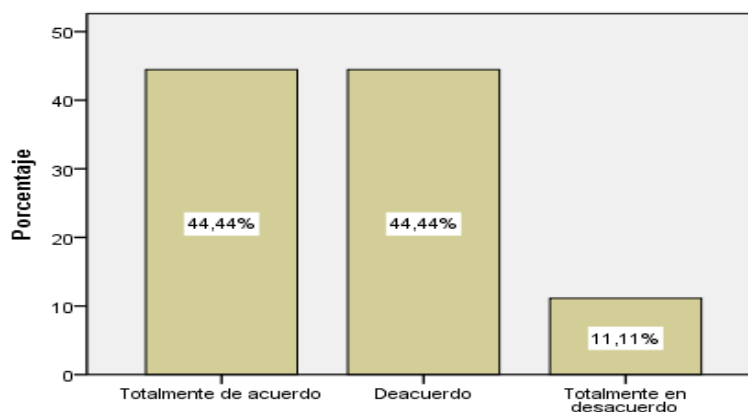


Figura 10. ¿El personal de servicio de la aerolínea brinda información fiable?

Tabla 7.

¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	De acuerdo	6	7,6	66,7	66,7
	Indiferente	1	1,3	11,1	77,8
	En desacuerdo	2	2,5	22,2	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 7, subdimensión de la Calidad de Respuesta, expectativa del servicio.

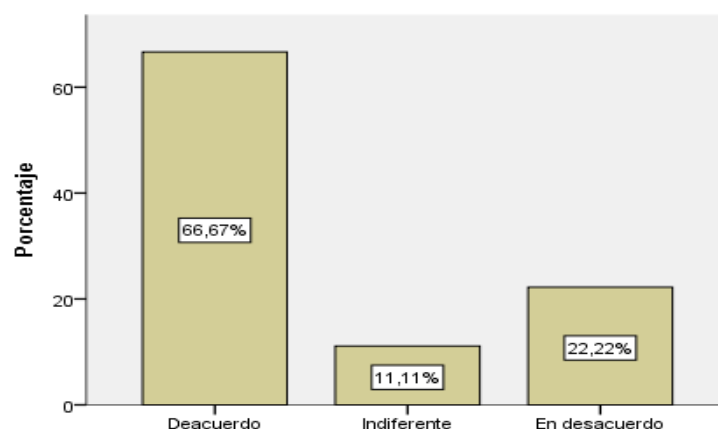


Figura 11. ¿Los reclamos y sugerencias de los clientes son atendidos inmediatamente?

Tabla 8.

¿La aerolínea cuenta con horarios de atención al cliente 24/7?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	6	7,6	66,7	66,7
	Deacuerdo	3	3,8	33,3	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 8, subdimensión de la Calidad de Respuesta, expectativa del servicio.

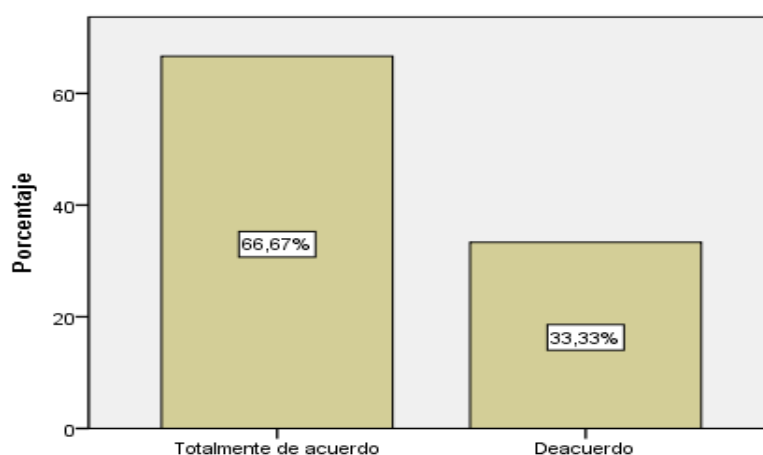


Figura 12. ¿La aerolínea cuenta con horarios de atención al cliente 24/7?

Tabla 9.

¿El personal de la aerolínea atiende de manera inmediata a los clientes?

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Deacuerdo	4	5,1	44,4	77,8
Indiferente	2	2,5	22,2	100,0
Total	9	11,4	100,0	

Perdidos	Sistema	70	88,6
Total		79	100,0

Nota. Resultados de calificación pregunta 9, subdimensión de la Calidad de Respuesta, expectativa del servicio.

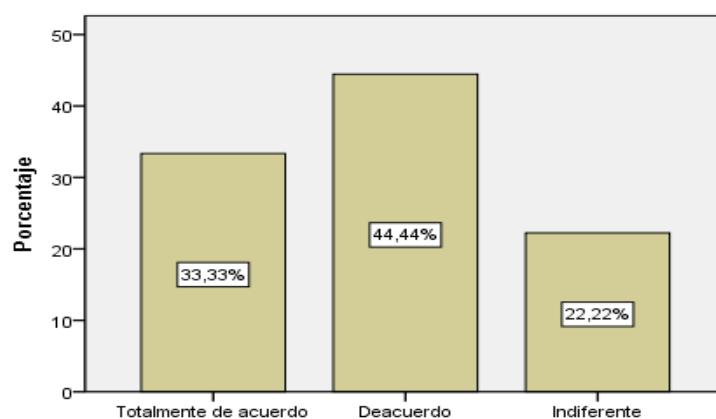


Figura 13. ¿El personal de la aerolínea atiende de manera inmediata a los clientes?

Tabla 10.

¿Los servicios de la aerolínea son seguros y confiables. ?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	5,1	44,4	44,4
	De acuerdo	5	6,3	55,6	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 10, subdimensión de la Seguridad, expectativa del servicio.

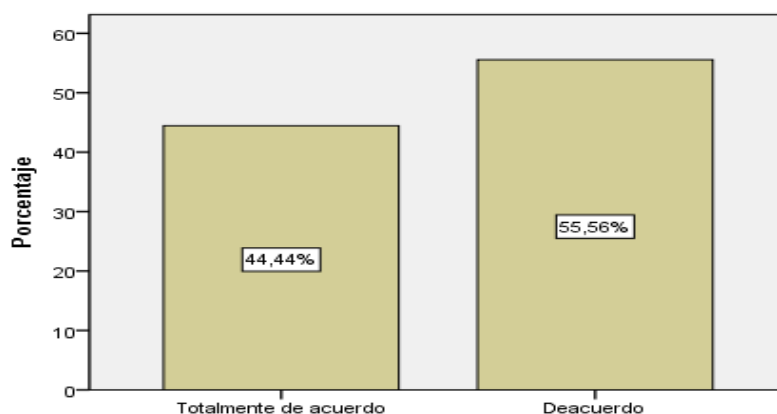


Figura 14. ¿Los servicios de la aerolínea son seguros y confiables?

Tabla 11.

¿El personal de la aerolínea se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	3	3,8	33,3	33,3
	Deacuerdo	5	6,3	55,6	88,9
	Indiferente	1	1,3	11,1	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 11, subdimensión de la Seguridad, expectativa del servicio.

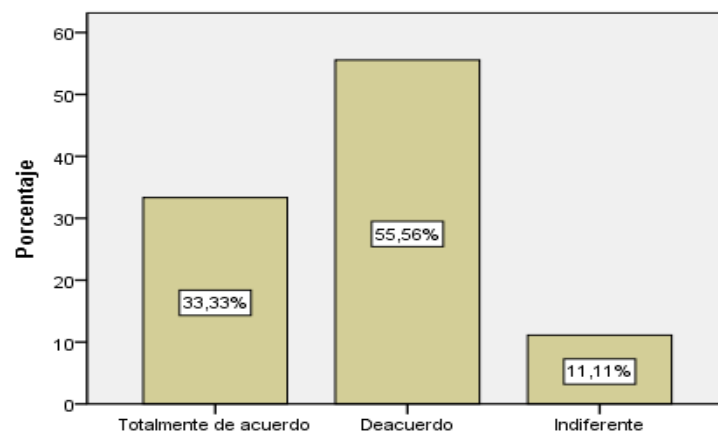


Figura 15. ¿El colaboradores de la aerolínea se encuentra capacitado para brindar un servicio seguro y fiable?.

Tabla 12.

¿El personal de la aerolínea brinda una atención individualizada a sus clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	5,1	44,4	44,4
	Deacuerdo	5	6,3	55,6	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 12, subdimensión de la Empatía, expectativa del servicio.

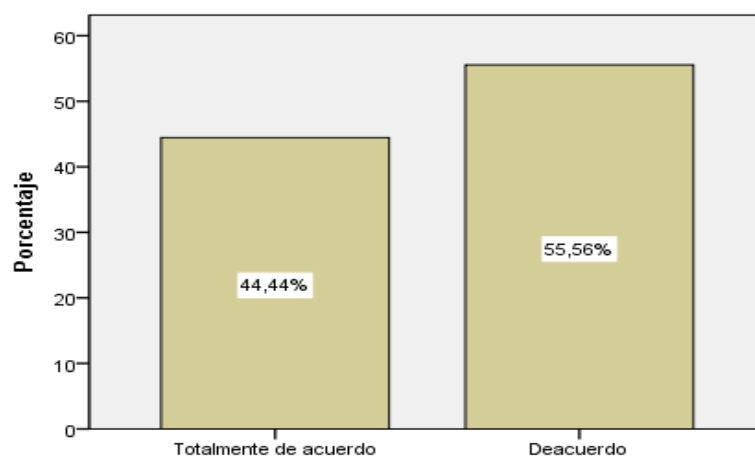


Figura 16. ¿El personal de la aerolínea brinda una atención individualizada a sus clientes?

Tabla 13.

¿El personal de la aerolínea muestra preocupación por atender los intereses de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	4	5,1	44,4	44,4
	De acuerdo	3	3,8	33,3	77,8
	En desacuerdo	2	2,5	22,2	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 13, subdimensión de la Empatía, expectativa del servicio.

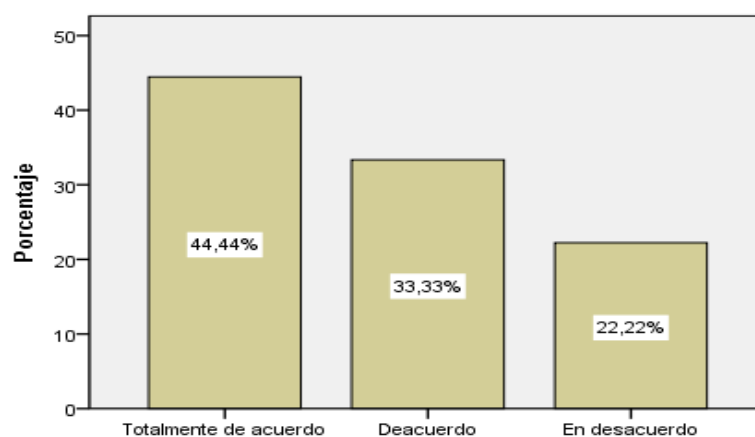


Figura 17. ¿El personal de la aerolínea muestra preocupación por atender los intereses de los clientes?

Tabla 14.

¿El personal de la aerolínea brinda un servicio amable y cortes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	2	2,5	22,2	22,2
	Deacuerdo	4	5,1	44,4	66,7
	Indiferente	1	1,3	11,1	77,8
	En desacuerdo	2	2,5	22,2	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 14, subdimensión de la Empatía, expectativa del servicio.

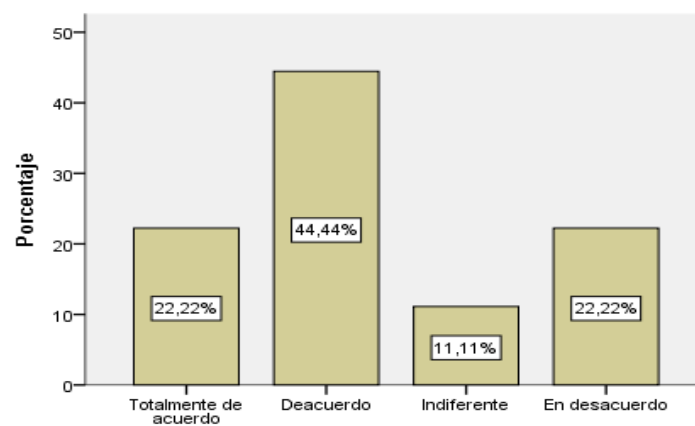


Figura 18. *¿El personal de la aerolínea brinda un servicio amable y cortes.*

Tabla 15.

¿El personal de la aerolínea muestra comprensión por las necesidades de los clientes?

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Totalmente de acuerdo	1	1,3	11,1	11,1
	Deacuerdo	6	7,6	66,7	77,8
	Indiferente	2	2,5	22,2	100,0
	Total	9	11,4	100,0	
Perdidos	Sistema	70	88,6		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 15, subdimensión de la Empatía, expectativa del servicio.

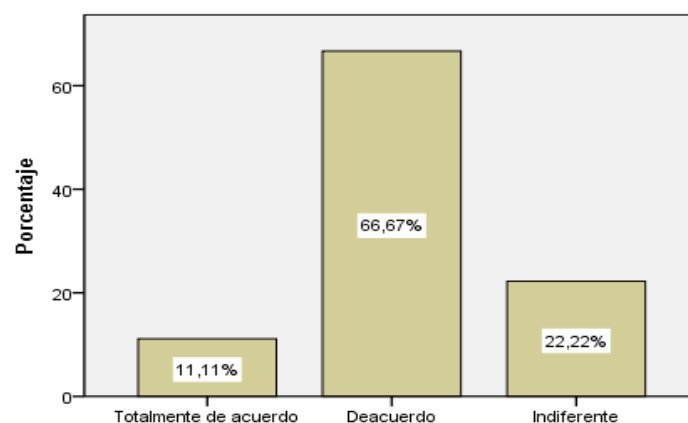


Figura 19. ¿El personal de la aerolínea muestra comprensión por las necesidades de los clientes?

Resultados encuesta a clientes de Tame EP

Tabla 16.

Instalaciones del Check In

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	23	29,1	29,5	29,5
	Satisfecho	36	45,6	46,2	75,6
	Indiferente	19	24,1	24,4	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 1, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

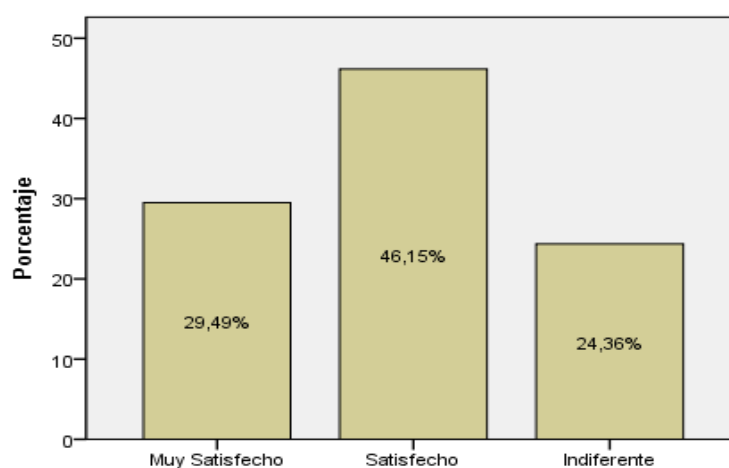


Figura 20. ¿Instalaciones del Check In?, 2018

Tabla 17.

Servicio del personal de Check In

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	10	12,7	12,8	12,8
	Satisfecho	29	36,7	37,2	50,0
	Indiferente	4	5,1	5,1	55,1
	Insatisfecho	35	44,3	44,9	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 2, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

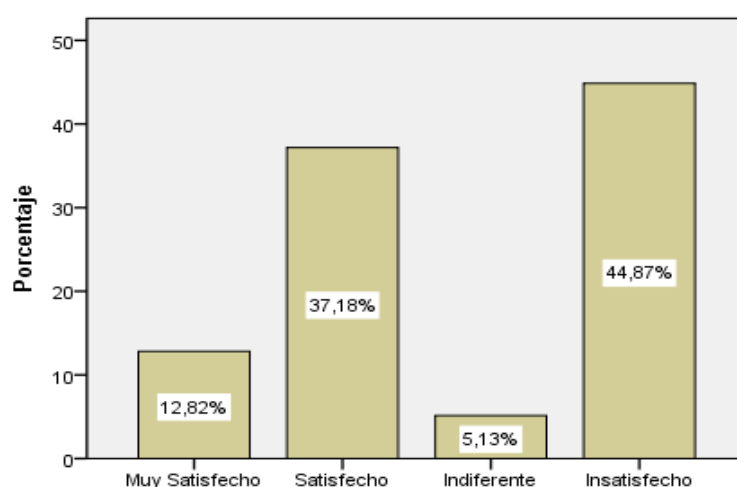


Figura 21. ¿Servicio del personal de Check In?

Tabla 18.

Servicio del personal o plataforma de ventas

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	24	30,4	30,8	30,8
	Satisfecho	43	54,4	55,1	85,9
	Indiferente	1	1,3	1,3	87,2
	Insatisfecho	9	11,4	11,5	98,7
	Muy insatisfecho	1	1,3	1,3	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 3, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

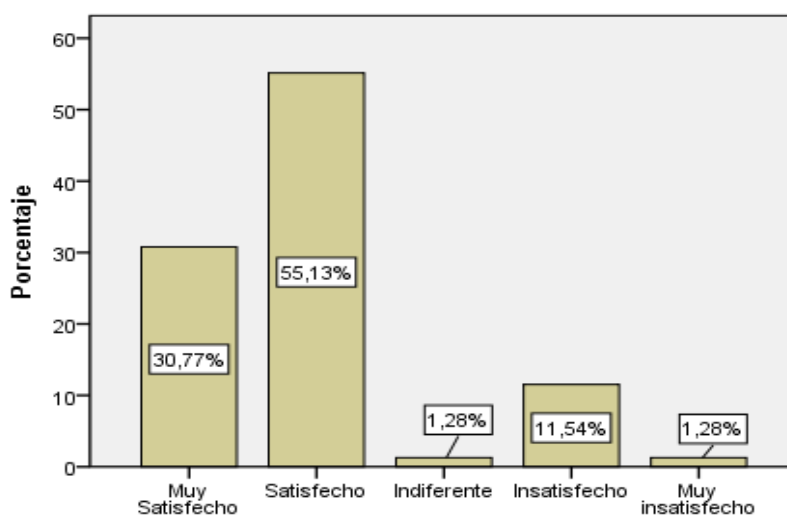


Figura 22. ¿Servicio del personal o plataforma de ventas?

Tabla 19.

Eficiencia de embarque

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	6	7,6	7,7	7,7
	Satisfecho	57	72,2	73,1	80,8
	Indiferente	3	3,8	3,8	84,6
	Insatisfecho	12	15,2	15,4	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 4, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

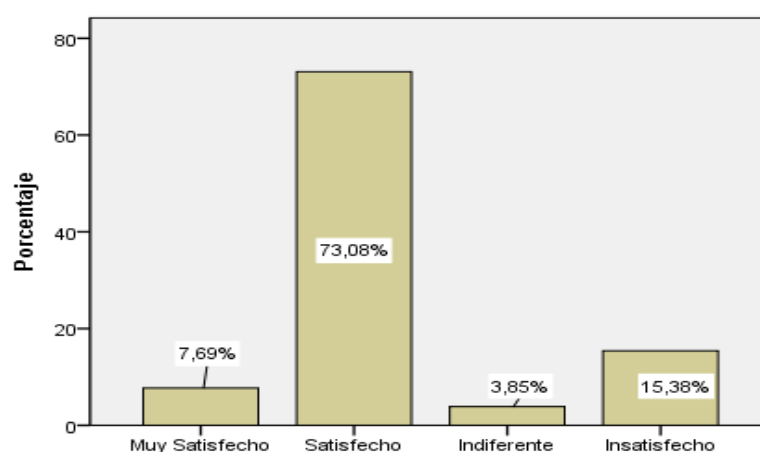


Figura 23. ¿Eficiencia de embarque?

Tabla 20.

Asistencia del personal a su llegada

		Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Frecuencia	Porcentaje		

Válido	Muy Satisfecho	14	17,7	17,9	17,9
	Satisfecho	24	30,4	30,8	48,7
	Indiferente	11	13,9	14,1	62,8
	Insatisfecho	29	36,7	37,2	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 5, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

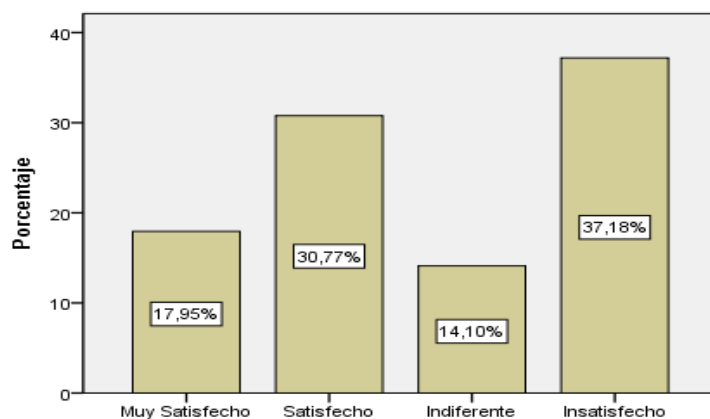


Figura 24. ¿Asistencia del personal a su llegada?

Tabla 21.

Tiempos y condición de entrega de equipaje

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	8	10,1	10,3	10,3
	Satisfecho	59	74,7	75,6	85,9
	Insatisfecho	11	13,9	14,1	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 6, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

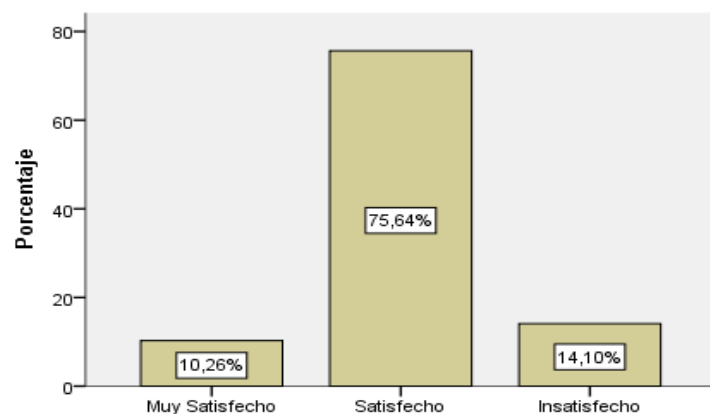


Figura 25. Tiempos y condición de entrega de equipaje

Tabla 22.

Confort del asiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	3	3,8	3,8	3,8
	Satisfecho	41	51,9	52,6	56,4
	Insatisfecho	34	43,0	43,6	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 7, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

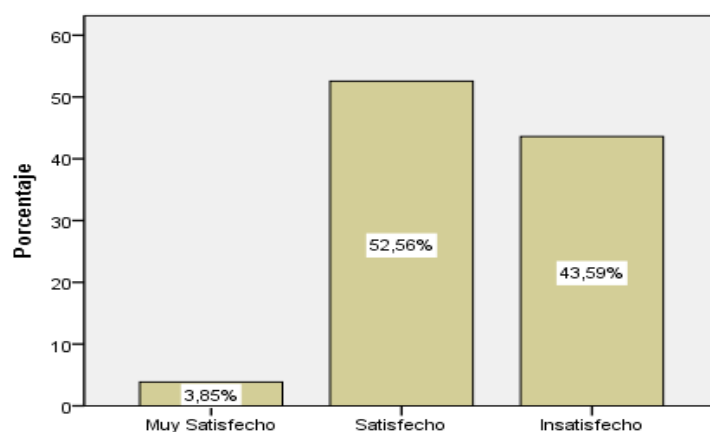


Figura 26. Confort del asiento

Tabla 23.

Información de seguridad de la cabina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	26	32,9	33,3	33,3
	Satisfecho	38	48,1	48,7	82,1
	Indiferente	12	15,2	15,4	97,4
	Insatisfecho	2	2,5	2,6	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 8, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

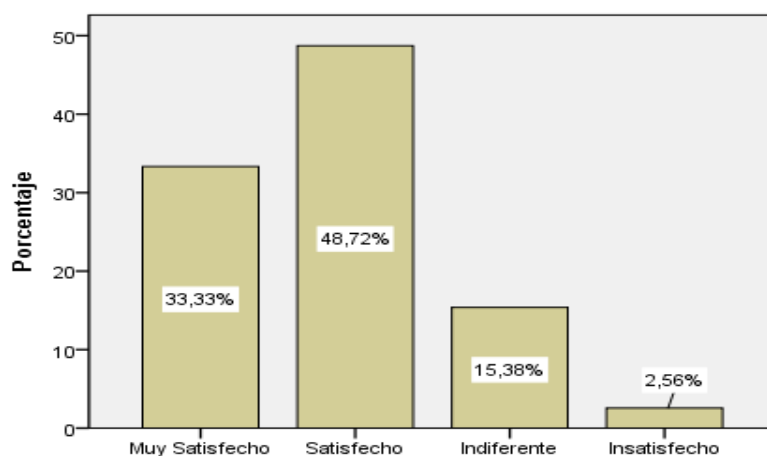


Figura 27. Información de seguridad de la cabina

Tabla 24.

Limpieza de la cabina y el asiento

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	4	5,1	5,1	5,1
	Satisfecho	43	54,4	55,1	60,3
	Indiferente	9	11,4	11,5	71,8
	Insatisfecho	13	16,5	16,7	88,5
	Muy insatisfecho	9	11,4	11,5	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 8, mide la percepción de los servicios de Tame EP

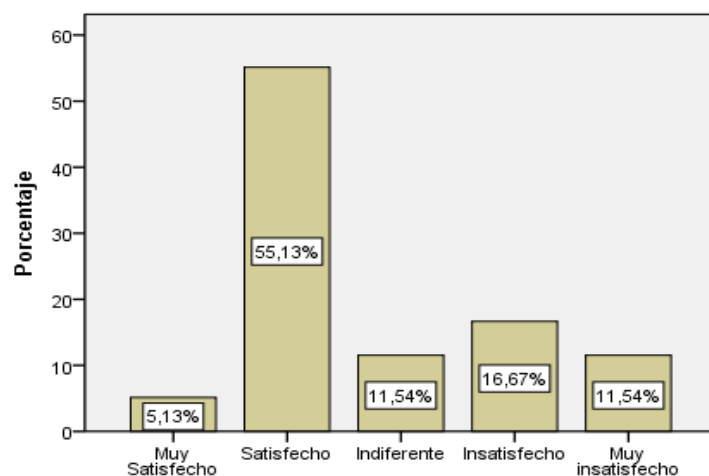


Figura 28. Limpieza de la cabina y el asiento

Tabla 25.

Limpieza del baño

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	27	34,2	34,6	34,6
	Satisfecho	43	54,4	55,1	89,7
	Indiferente	2	2,5	2,6	92,3
	Insatisfecho	6	7,6	7,7	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 9, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

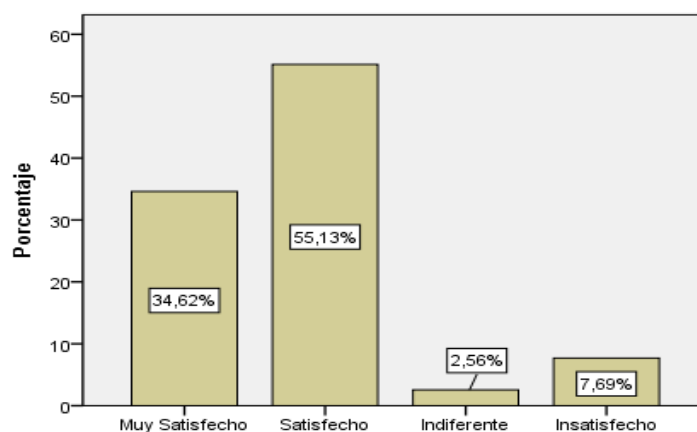


Figura 28. Limpieza del baño

Tabla 26.

Calidad de la comida servida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	12	15,2	15,4	15,4
	Satisfecho	29	36,7	37,2	52,6
	Indiferente	24	30,4	30,8	83,3
	Insatisfecho	13	16,5	16,7	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 10, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

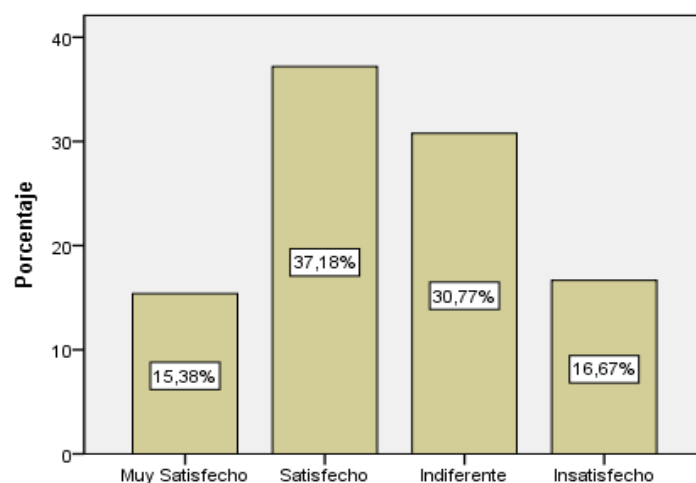


Figura 29. Calidad de la comida servida

Tabla 27.

Cantidad de comida servida

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	10	12,7	12,8	12,8
	Satisfecho	27	34,2	34,6	47,4
	Indiferente	24	30,4	30,8	78,2
	Insatisfecho	14	17,7	17,9	96,2
	Muy insatisfecho	3	3,8	3,8	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 11, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

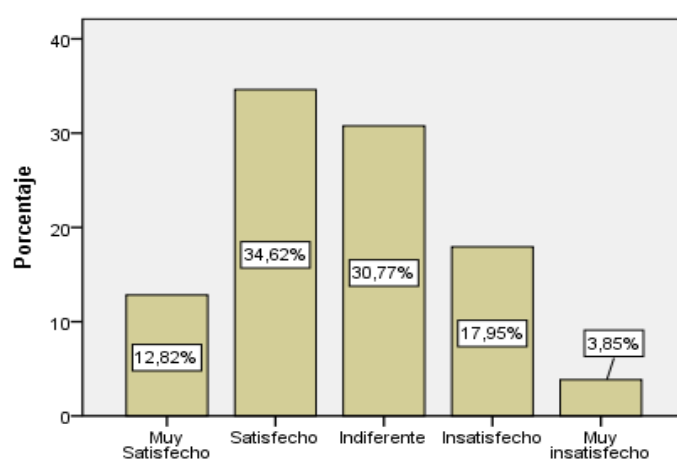


Figura 30. Cantidad de comida servida

Tabla 28.

Habilidades de servicio y atención de la tripulación de cabina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	27	34,2	34,6	34,6
	Satisfecho	42	53,2	53,8	88,5
	Indiferente	5	6,3	6,4	94,9
	Insatisfecho	4	5,1	5,1	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 12, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

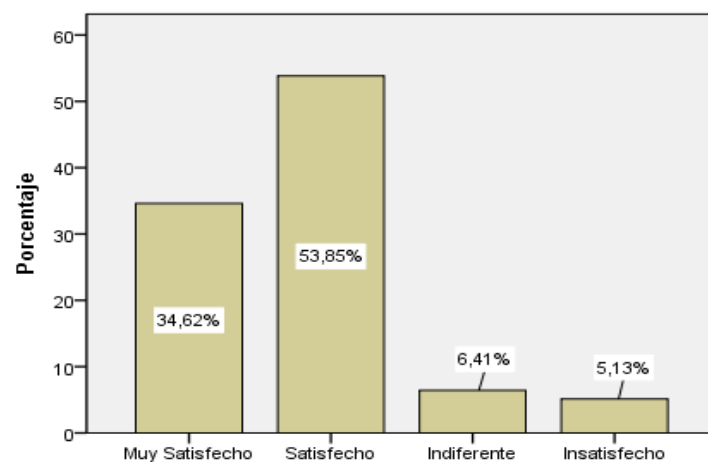


Figura 31. Habilidades de servicio y atención de la tripulación de cabina.

Tabla 29

Entusiasmo y amabilidad de la tripulación de cabina

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Válido	Muy Satisfecho	31	39,2	39,7	39,7
	Satisfecho	40	50,6	51,3	91,0
	Indiferente	7	8,9	9,0	100,0
	Total	78	98,7	100,0	
Perdidos	Sistema	1	1,3		
Total		79	100,0		

Nota. Resultados de calificación pregunta 13, mide la percepción de los servicios de Tame EP.

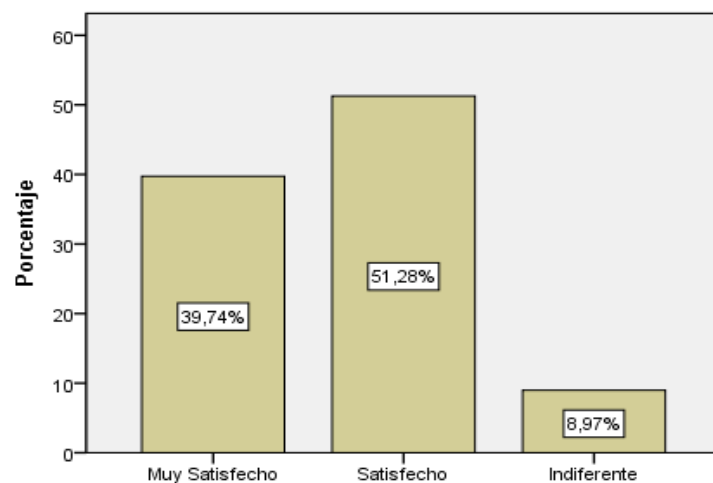


Figura 32. Entusiasmo y amabilidad de la tripulación de cabina

Tabla 30. Correlaciones de variables

			Calidad_de_servicio	Satisfaccion_del_cliente
Rho de Spearman	Calidad_de_servicio	Coefficiente de correlación	1,000	,975**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	9	9
	Satisfaccion_del_cliente	Coefficiente de correlación	,975**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	9	78

Nota. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas). SPSS

Según Martinez (2012) señala que si la relación está entre 0.75 y se aproxima a 1, será una correlación positiva considerable entre las dos variables de estudio, esto nos quiere decir que se asocian respectivamente.

DISCUSION:

Para medir la calidad del servicio que oferta Tame EP, se identificaron las dimensiones y subdimensiones como recomienda (Bou, 1997); lo cual permitió que se realice una correlación con la satisfacción al cliente.

Un principio básico que debemos tomar en cuenta es que si algo no se mide, no se puede mejorar, frase atribuida frecuentemente a (Drucker, 1990); por ello se pone de manifiesto la importancia de la medición. Adicional para poder lograr medir la satisfacción del cliente debemos conocer si las expectativas del cliente han sido alcanzadas y superadas, y esto únicamente lo logramos preguntando a los clientes.

De acuerdo a los datos obtenidos de las variables estudiadas y contrastados con las teorías correspondientes de cada dimensión, se ha conseguido que si existe relación entre la calidad de servicio y la satisfacción del cliente en la aerolínea Tame EP, por tanto se acepta la hipótesis de trabajo (H1) y rechazamos la hipótesis nula (Ho); concluyendo que la gestión por procesos es una estrategia óptima de mejora de la gestión de calidad.

CONCLUSIONES:

Al analizar la calidad de servicio de Tame EP, se demostró un alto porcentaje en la expectativa con un promedio del 84%; de los cuales un 38% corresponde a quienes están totalmente de acuerdo con las subdimensiones, mientras que el 46% indica estar de acuerdo. Con respecto a la valoración general de cada dimensión de la calidad del servicio, se determina que la fiabilidad es la mejor puntuada, con un 100%, seguido de la dimensión seguridad con un 94% y finalmente con un 81%, las dimensiones tangibles, calidad de respuesta y empatía. En la satisfacción del cliente se destacan las subdimensiones como la eficiencia en el embarque con un 81%, así también los tiempos y condición de entrega de equipaje con un 86%.

Para poder lograr la satisfacción de nuestros clientes no debemos de olvidar algunos de los principales factores como son la calidad y el servicio que brindamos. Sin embargo, el objetivo final no solo es producir un producto de calidad, y un excelente servicio al cliente, también debemos pensar en crear clientes leales y satisfechos que se mantengan con nosotros a través del tiempo.

Sin embargo cuando hablamos de procesos enfocados en el cliente debemos pensar no solo en los procesos relacionados con la venta de los boletos aéreos, sino también en aquellos procesos previos a la adquisición, cuando los clientes aún son potenciales y no han adquirido el servicio; esto sin dejar de lado los procesos post venta, que para este caso de Tame EP, no se pueden dejar de lado los procesos que aseguren la continuidad y satisfacción por todo el tiempo de relación comercial.

Para (Gómez, 2009), la gestión por procesos es una forma de conducir o administrar una organización, concentrándose en el valor agregado para el cliente y las partes interesadas. Por ello al realizar el presente trabajo, también podemos concluir que es necesario crear conciencia acerca de la importancia y el papel del cliente para cualquier organización, cuando visualizamos al cliente como un integrante más de la cadena de proceso y no comprendemos su importancia, podemos caer en el error de diseñar procesos que en realidad no ofrecen valor agregado y adicional a esto podríamos realizar mediciones cuyo enfoque no gire en torno a la satisfacción del cliente.

BIBLIOGRAFIA:

Bernuy, L. (2005). Calidad de atención en la Clínica Central de la Facultad de Odontología de la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. Lima, Perú.

Bou, J. (1997). Influencia de la calidad percibida sobre la competitividad: Análisis de los efectos “vía demanda”.

Cabral, S. (2007). Evaluación de la Satisfacción de Cleintes.

Cendales Godoy, J. M. (2014). Gestión por procesos para la satisfacción de los consumidores de servicios. Gestiópolis.

Civera, M. (2008). Análisis de la relación entre la calidad y satisfacción en el ámbito hospitalario en función del modelo de gestión establecido.

Drucker, P. (1990). El ejecutivo eficaz. Buenos Aires.

Fontalvo, Quejada, Puello. (2011). América economía.com. Obtenido de <https://mba.americaeconomia.com/biblioteca/papers/la-gestion-del-conocimiento-y-los-procesos-de-mejoramiento>

George, D., & Mallery. (2003). SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference. 11.0 update (4t edition).

Gómez, A. (2009). Business Process Management. Gestión por Procesos.

Matsumoto, R. (2014). Desarrollo del Modelo Servqual para la medición de la calidad del servicio en la empresa. Perspectivas, 181.

Ojeda, J., Jiménez, P., Quintana, A., Crespo, G., & Viteri, M. (2015). Protocolo de investigación. (U. d. ESPE, Ed.) Yura: Relaciones internacionales, 5(1), 1 - 20.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1985). Conceptual Model of Service Quality and its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 41-50.

Pueyo Abardía, S., & Díaz Mier, M. Á. (2003). Política comercial y política de competencia en el sistema comercial mundial. *Análisis Económico*, 5-33.

R.A, G. (2001). Resolving the process paradox. *Quality Process*, 51-59.