



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS
DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN
CONSIDERACIÓN AL ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA.

ALBURQUEQUE LAPO ANA ALEXANDRA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS
DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN
CONSIDERACIÓN AL ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA.

ALBURQUEQUE LAPO ANA ALEXANDRA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS

MACHALA
2019



UTMACH

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

EXAMEN COMPLEXIVO

LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS
DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN CONSIDERACIÓN AL
ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA.

ALBURQUEQUE LAPO ANA ALEXANDRA
INGENIERA COMERCIAL MENCIÓN EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA

MACHALA, 27 DE AGOSTO DE 2019

MACHALA
27 de agosto de 2019

Nota de aceptación:

Quienes suscriben, en nuestra condición de evaluadores del trabajo de titulación denominado LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN CONSIDERACIÓN AL ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA., hacemos constar que luego de haber revisado el manuscrito del precitado trabajo, consideramos que reúne las condiciones académicas para continuar con la fase de evaluación correspondiente.



TINOCO EGAS RAQUEL MIROSLAVA

0703523761


TUTOR - ESPECIALISTA 1



SERRANO ORELLANA BILL JONATHAN

0703529842

ESPECIALISTA 2



MORA SANCHEZ NORMAN VINICIO

0702857913

ESPECIALISTA 3

Fecha de impresión: martes 27 de agosto de 2019 - 09:50

Urkund Analysis Result

Analysed Document: LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN CONSIDERACIÓN AL ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA..docx (D54819253)

Submitted: 8/14/2019 8:00:00 PM

Submitted By: aalburqueque_est@utmachala.edu.ec

Significance: 0 %

Sources included in the report:

Instances where selected sources appear:

0

CLÁUSULA DE CESIÓN DE DERECHO DE PUBLICACIÓN EN EL REPOSITORIO DIGITAL INSTITUCIONAL

La que suscribe, ALBURQUEQUE LAPO ANA ALEXANDRA, en calidad de autora del siguiente trabajo escrito titulado LA INVESTIGACIÓN EXPLORATORIA PARA IDENTIFICAR LAS DETERMINANTES QUE LOS PASAJEROS TOMAN EN CONSIDERACIÓN AL ELEGIR UNA LÍNEA AÉREA., otorga a la Universidad Técnica de Machala, de forma gratuita y no exclusiva, los derechos de reproducción, distribución y comunicación pública de la obra, que constituye un trabajo de autoría propia, sobre la cual tiene potestad para otorgar los derechos contenidos en esta licencia.

La autora declara que el contenido que se publicará es de carácter académico y se enmarca en las disposiciones definidas por la Universidad Técnica de Machala.

Se autoriza a transformar la obra, únicamente cuando sea necesario, y a realizar las adaptaciones pertinentes para permitir su preservación, distribución y publicación en el Repositorio Digital Institucional de la Universidad Técnica de Machala.

La autora como garante de la autoría de la obra y en relación a la misma, declara que la universidad se encuentra libre de todo tipo de responsabilidad sobre el contenido de la obra y que asume la responsabilidad frente a cualquier reclamo o demanda por parte de terceros de manera exclusiva.

Aceptando esta licencia, se cede a la Universidad Técnica de Machala el derecho exclusivo de archivar, reproducir, convertir, comunicar y/o distribuir la obra mundialmente en formato electrónico y digital a través de su Repositorio Digital Institucional, siempre y cuando no se lo haga para obtener beneficio económico.

Machala, 27 de agosto de 2019



ALBURQUEQUE LAPO ANA ALEXANDRA
0706605961

DEDICATORIA

A Dios y a mis padres que me brindaron la vida, y con ello el deseo de superarme y lograr alcanzar metas personales y profesionales. Gracias a ellos por su acompañamiento como amigos, consejeros que con su empeño y dedicación he logrado ser la persona de hoy en día.

A mis maestros y amistades; que en el transcurso de la vida he encontrado porque cada uno de ustedes motivaron mis anhelos con sus experiencias y sabiduría. Gracias a todos los que de una u otra manera me han acompañado enseñándome el valor del ser humano.

AGRADECIMIENTO

Primeramente, a Dios por su bendición para poder culminar con éxito el proceso de titulación. A mi tutora por el acompañamiento y apoyo ofrecido a través de sus conocimientos y recomendaciones guiándome paso a paso con el proceso de aprendizaje.

A mis amistades por estar pendientes apoyándome durante el actual proceso para que todo salga bien y culmine mis estudios de tercer nivel.

RESUMEN

En la actualidad la industria aérea busca ofrecer servicios que permitan satisfacer las necesidades de los usuarios; siendo primordial conocer los gustos, preferencias y las exigencias del mercado esto permite que la aerolínea identifique atributos o factores y a través de estos brindar un mejor servicio a los usuarios, hoy en día existen varios tipos de investigación con los cuales podemos obtener información relevante para la mejora de las aerolíneas, por ello la presente investigación pretende analizar como la investigación exploratoria permite identificar las determinantes que los pasajeros toman en consideración al elegir a Delta Airlines como su aerolínea de preferencia, los resultados de la investigación exploratoria están enfocados en el perfil del pasajero y el entorno, otorgando así una visión clara sobre el comportamiento de los pasajeros al elegir una aerolínea comercial.

PALABRAS CLAVES

Investigación exploratoria, mercado, servicios, factores o atributos.

ABSTRACT

Currently, the airline industry seeks to offer services that meet the needs of users, being essential to know the tastes, preferences and demands of the market this allows the airline to identify attributes or factors and through these provide a better service to users, today there are several types of research with which we can obtain relevant information for the. The improvement of the airlines, for this reason the present investigation tries to analyze how the exploratory investigation allows to identify the determinants than the passengers take into consideration when choosing Delta Airlines as their preferred airline, the results of the exploratory research are focused on the profile of the passenger and the environment, thus giving a clear view on the behavior of passengers when choosing a commercial airline.

KEYWORDS

Exploratory research, market, services, factors or attributes.

ÍNDICE DE CONTENIDO

Dedicatoria	7
Agradecimiento.....	8
Resumen.....	9
Abstract	10
Introducción.....	12
Desarrollo Teórico	14
Resultados	17
Conclusiones.....	19
Referencia Bibliográfica	20

ÍNDICE DE CUADROS

Cuadro 1. Determinantes consideradas en la elección de una aerolínea comercial.	17
---	----

INTRODUCCIÓN

Delta Airlines es una aerolínea comercial estadounidense, ofrece a sus pasajeros vuelos y otros servicios aéreos, en la actualidad tienen un gran número de destinos alrededor del mundo logrando alcanzar una posición privilegiada, por lo que se ha convertido en uno de los operadores más competitivos en los Estados Unidos de América y a nivel mundial.

Con el tiempo las aerolíneas se enfocan en la venta y comercialización de servicios aéreos adecuados al segmento de mercado que se dedican, volviéndose primordial la fidelización de los pasajeros, para ello se utilizan diferentes herramientas de investigación que permiten identificar los atributos o factores que influyen en la decisión al elegir una aerolínea.

Como solución al escenario propuesto del caso DELTA AIRLINES, se debe realizar la investigación exploratoria para establecer ¿Qué buscan los usuarios al comprar boletos de avión?, la investigación recomienda los atributos o factores que Delta Air Line podría tener en consideración.

La identificación de atributos o factores brinda a las aerolíneas una visión clara del entorno, al conocer los patrones que conllevan a la elección de una aerolínea esta puede implementar estrategias para brindar un servicio de calidad en relación a las exigencias de los usuarios, esto a su vez permite que la aerolínea aumente su porcentaje de participación en el mercado.

Las aerolíneas en la actualidad pueden aplicar la investigación de mercado como una herramienta; a través de la investigación exploratoria se obtiene información sobre el comportamiento del usuario y su decisión de compra, mediante un estudio rápido se identifica los patrones que consideran los pasajeros. La investigación exploratoria permite que la aerolínea pueda tomar medidas correctivas y mejores decisiones enfocándose en las preferencias de los pasajeros y resultados del estudio aplicado.

Delta Airlines, es la segunda Aerolínea con gran popularidad después de American Airlines, es importante analizar la competencia en cuanto a los servicios que esta ofrece y el impacto que ha generado en los pasajeros, de esta manera la aerolínea puede mejorar los servicios aéreos que ofrece y atender un mayor número de usuarios.

Para las aerolíneas es importante conocer el segmento de mercado por ello la presente investigación tiene como objetivo, mediante la investigación exploratoria identificar las determinantes que los pasajeros toman en consideración al elegir una línea aérea, para ello se ha realizado la revisión de fuentes bibliográficas identificando factores o atributos que influyen en la decisión de compra de los pasajeros.

DESARROLLO TEÓRICO

En la actualidad es importante que las aerolíneas comerciales identifiquen las determinantes que influyen en los pasajeros y su decisión de compra, este proceso permite tomar decisiones que orienten los resultados a satisfacer expectativas y cumplir exigencias de los pasajeros, en cuanto a lo que esperan de una aerolínea comercial y el servicio que esta brinda. La decisión de compra del pasajero es influenciada por la imagen y calidad de servicio de la aerolínea, siendo estos factores los que influyen directamente en el comportamiento y futuras intenciones de compra de los pasajeros. (Giniesis, Sánchez, & Campa, 2017)

Así mismo, las emociones generadas forman un conjunto de razones para elegir una línea aérea, siendo las imágenes, sensaciones, recuerdos y símbolos los que han provocado un apego profundo y que se mantiene con el tiempo entre el pasajero y la aerolínea, lo que conlleva a la fidelización con la marca (Korstanje, 2008)

Otro de los factores que influye en la decisión de compra del pasajero es el precio en relación a la calidad, debido a que la mayoría de los usuarios toman sus decisiones al elegir la aerolínea que ofrece más ventajas considerando el precio pagado, claramente entre mayor es el costo del servicio el pasajero exige que se cubra o supere la calidad de servicio, de tal manera que el pasajero percibe el compromiso que tiene la aerolínea comercial por brindar un servicio de calidad. (Garcia, 2016)

Las aerolíneas identifican perfiles de usuarios y ofrecen varios servicios adecuados a cada perfil, designando los gustos y preferencias en cada uno.

Una vez realizada la clasificación de los perfiles de pasajeros y elaborado los tipos servicios que se pone en venta, las aerolíneas pueden brindar un servicio que destaque por su alta calidad, servicio de catering, atención al público, salas VIP. Los servicios que brinda la aerolínea son debidamente ordenados según las clases de vuelo que ofrece manteniendo la eficiencia hacia las diferentes categorías de pasajeros. (Lipovich, 2016)

La percepción que tienen los pasajeros de las aerolíneas es muy importante, la categoría de los vuelos baratos-costosos da una idea a los pasajeros de cómo serán atendidos durante el vuelo,

las aerolíneas que ofrecen servicios a menor costo deben considerar factores como la atención, demoras, cancelaciones ya que esto juega un papel importante en la accesibilidad, confianza y rapidez de la aerolínea y recae en la fidelización de pasajeros. (Canseco, Zuñiga, & Blanco, 2015)

Cuando aparece el transporte aéreo eran pocos los individuos que podían pagar este servicio debido a los elevados costos, para los pasajeros resultaba difícil cubrir el costo del boleto de avión por lo que solo los pasajeros con altos ingresos utilizaban este transporte, es cuando aparecen las aerolíneas de bajo costo, creando una reducción en los precios para dar la oportunidad a otros usuarios de poder acceder a este tipo de transporte. (Cruz, 2012)

Los precios de los servicios que ofertan las aerolíneas deben ser accesibles para los consumidores de tal manera que los pasajeros con bajos ingresos económicos también puedan acceder a estos servicios.

En la actualidad cada vez son más los pasajeros que utilizan el transporte aéreo ya sea por motivos de trabajo, vacaciones, salud, entre otros. En especial la demanda de turistas que utilizan el transporte aéreo es cada vez mayor, siendo así que el costo de los vuelos influye en gran medida en la decisión de compra, ya que se ha demostrado que los vuelos de bajo costo son los que tienen mayor aceptación en los turistas, considerando factores como el motivo de viaje, alojamiento, tiempo de estancia, otros. (Saladié, Anton, Cortes, Fernandez, & Young, 2014)

A más del precio favorable, otros factores que influyen en la decisión de compra de servicios aéreos son calidad de servicio, comunicación, consumo de alimentos, bebidas y comidas. Mismas que ejercen motivaciones con impacto positivo en las actividades de las aerolíneas. (Díaz, 2015)

Para los pasajeros uno de los factores que influye en la decisión de compra son los servicios extras que ofrece la aerolínea como, por ejemplo: el servicio de catering considerando a este por su puntualidad, calidad y presentación de alimentos, manteniendo la comunicación con el pasajero para solucionar los imprevistos que puedan ocurrir. Con ello ofrecer un servicio que sea de agrado para los pasajeros y otorguen una buena calificación a los servicios que ofrece la aerolínea. (Falcón, Petersson, Benavides, & Sarmenteros, 2016)

Está visto que entre más actividades se ofrece a los pasajeros más preferencia tiene la aerolínea, considerando que los usuarios están dispuestos a pagar un precio justo a cambio de un excelente servicio que cumpla con las expectativas y logre satisfacer las necesidades de los usuarios. Se debe considerar además el marco legal, conocer los derechos de los pasajeros como es la opción de desistir del viaje.

Los pasajeros al elegir una aerolínea buscan que sus derechos sean respetados, así es que el consumidor adquiere un boleto de avión y tiene la facultad de desistir en un plazo de 24 horas antes del vuelo, la aerolínea por su parte tiene que devolver el valor del pasaje en un plazo no mayor a 30 días laborales, para los pasajeros esto es muy importante ya que muestra el compromiso de la aerolínea enfocada en el bienestar. (Sarmiento, 2016)

Uno de los aspectos que aprecian los pasajeros de las aerolíneas es el compromiso con el bienestar que se brinda en la contratación del servicio de la aerolínea considerando la calidad en la atención, velocidad para cubrir la ruta, condiciones de seguridad, servicio de comida y demás factores que hagan agradable el viaje. Relacionando estos factores con la percepción que obtienen los pasajeros de la aerolínea y a la vez hacer comparaciones en cuanto a precios y al servicio percibido. (Germán, Tobón, & Becerra, 2007)

Los pasajeros al elegir una aerolínea evalúan sus antecedentes, tanto por experiencia o recomendación, los usuarios buscan una aerolínea que les brinde confianza, sentir el respaldo de la aerolínea ante cualquier emergencia o cambio que se pueda presentar. Las aerolíneas deben preocuparse por brindar confianza y seguridad, ante los fenómenos internos o externos que puedan ocurrir durante la ruta. (Ospina, 2016)

Según la investigación exploratoria la decisión de los consumidores sobre la compra del boleto de avión también tiene relación con los programas de viajeros, comodidad de horarios, y el nombre de la marca de la aerolínea, estos factores afectan positiva o negativamente la decisión de compra, pues tienen una importante relevancia para los pasajeros. (Malhotra, 2016)

RESULTADOS

A continuación, se expone las determinantes que los pasajeros tienen en consideración al elegir una línea aérea y comprar un boleto de avión.

Cuadro 1. Determinantes consideradas en la elección de una aerolínea comercial.

DETERMINANTES	AUTOR
Imagen de la aerolínea Calidad de servicio	Giniesis, Sánchez, & Campa, 2017
Imágenes Sensaciones Recuerdos Símbolos Apego a la marca	Korstanje, 2008
Precio – Calidad	García, 2016
Alta calidad de servicio Servicio de catering Atención al público Salas VIP	Lipovich, 2016
Atención al pasajero Demoras Cancelaciones Accesibilidad Confianza Rapidez	Canseco, Zuñiga, & Blanco, 2015
Costos del boleto de avión costos bajos	Cruz, 2012
Costo de los vuelos	Saladié, Anton, Cortes, Fernandez, & Young, 2014

Precio favorable Calidad de servicio La comunicación Consumo de alimentos Bebidas y comidas	Díaz, 2015
Respeto al derecho de desistir del viaje Compromiso con el pasajero	Sarmiento, 2016
Bienestar del pasajero Calidad en la atención Velocidad de la ruta Condiciones de seguridad Servicio de comida	Germán, Tobón, & Becerra, 2007
Confianza Seguridad	Ospina, 2016
Servicio de catering Puntualidad Calidad Presentación de alimentos	Falcón, Petersson, Benavides, & Sarmenteros, 2016
Seguridad Precio del boleto Programa de viajeros Comodidad Nombre de la marca de la aerolínea	Malhotra, 2016

Elaborado por: Autor del caso

CONCLUSIONES

Con el objetivo de aplicar la investigación exploratoria mediante una revisión bibliográfica exhaustiva de artículos indexados en bases científicas se han identificado los determinantes que los pasajeros toman en consideración al elegir una línea aérea para realizar un viaje. Esta información puede ser utilizada para la elaboración de artículos académicos relacionados al tema, o para las empresas de servicios turísticos que ofrecen transporte aéreo a sus usuarios.

La confianza y seguridad que da la marca son los principales factores en la decisión de los usuarios al momento de comprar un pasaje aéreo. El precio favorable también es un factor importante, pero se determina según el perfil del usuario. La calidad de servicio que brinda la aerolínea en cuanto a la atención de pre-venta y post venta del servicio es un factor relevante para los pasajeros puesto que influye en la importancia que la aerolínea brinda a los usuarios, y así también un factor importante es el cumplimiento en el tiempo de ruta para que los pasajeros puedan cumplir con su cronograma de actividades previsto.

Por otro lado, las aerolíneas comerciales que aplican programas de viajeros, promociones, campañas y ofertas tienen gran acogida en días de poca demanda generando que los pasajeros obtengan interés por adquirir las promociones. Los pasajeros esperan de una aerolínea el compromiso por cumplir y brindar un servicio de calidad priorizando el bienestar del usuario mediante la administración, seguridad, comunicación e innovación creando así la fidelización de los pasajeros a través de la confianza, rapidez y compromiso.

Las aerolíneas deben estar en constante innovación mejorando cada día el servicio que brindan a los pasajeros, la competencia es fuerte y exige mejoras constantes en cuanto administración, comunicación, marketing y demás aristas que permitan brindar un servicio de calidad al pasajero teniendo en consideración que el transporte aéreo se considere como una experiencia enriquecedora y satisfactoria tanto para la aerolínea comercial como para los pasajeros, al cumplir con las exigencias y expectativas de los pasajeros logrando la fidelización de los usuarios, la aerolínea obtiene una ventaja competitiva, mejora su imagen y marca, además que los pasajeros se convierten en un medio de publicidad indirecta. Estas variables pueden ser consideradas para la elaboración de una encuesta como instrumento de una investigación de mercados sobre pasajeros y líneas aéreas.

REFERENCIA BIBLIOGRÁFICA

- Cansco, A., Zuñiga, C., & Blanco, L. (2015). Análisis estratégico sobre el desarrollo de las líneas aéreas de bajo costo en México. *Redalyc*, VII(15), 343-363. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=203342741020>
- Cruz, I. (octubre-diciembre de 2012). Aerolíneas de bajo costo en México. Competencia modal, intermodal e intramodal. *Scielo*, LVII(4). Obtenido de http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422012000400011&lng=es&tlng=es
- Díaz, O. (octubre-diciembre de 2015). Desarrollo reciente y relevancia actual de los ingresos comerciales aeroportuarios. *Redalyc*, XXXI(137), 292-402. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=21243557005>
- Falcón, O., Petersson, M., Benavides, S., & Sarmenteros, I. (enero-abril de 2016). Los métodos cuantitativos en la mejora de los procesos de catering. *Redalyc*, XXXVII(1), 70-77. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=360443665007>
- García, A. (septiembre-diciembre de 2016). Cultura de servicio en la optimización del servicio al cliente. *Redalyc*, XVIII(3), 381-398. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=99346931003>
- Germán, D., Tobón, D., & Becerra, Y. (enero- junio de 2007). Pérdida de bienestar en los pasajeros del transporte aéreo: el caso Alianza Summa en la ruta Medellín-Bogotá. *Scielo*, XX(33). Obtenido de http://www.scielo.org.co/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0120-35922007000100007&lng=es&tlng=es
- Giniesis, M., Sánchez, M., & Campa, F. (julio-septiembre de 2017). ¿Cuánto cuesta el personal según el tipo de aerolínea y su ubicación geográfica en Europa? Un análisis comparativo. *Redalyc*, XXVII(65), 123-137. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=81852035010>

- Korstanje, M. (enero de 2008). Reflexión sobre el caso aerolíneas argentinas: funciones simbólicas e identitarias en el proceso del ser nacional. *Redalyc*, VI(1). Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=88160108>
- Lipovich, A. (2016). Origen, características y funcionamiento del Sistema Nacional de Aeropuerto de las Argentina. *Redalyc*(15), 124-145. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=333047931009>
- Malhotra, N. (2016). *Investigación de mercados*. Mexico: Pearson Educación.
- Ospina, J. (2016). La evolución de la aerolínea Avianca en función de la evolución de su contexto. *Redalyc*, XVII(1), 89-118. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=43942944005>
- Saladié, O., Anton, S. ..., Cortes, I., Fernandez, A., & Young, R. (julio-diciembre de 2014). La influencia de las rutas de vuelos de bajo coste en la elección del destino turístico. *Redalyc*(34), 287-312. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=39831596014>
- Sarmiento, M. (Julio de 2016). El derecho de retracto de los pasajeros en el transporte aéreo. *Redalyc*, 355-365. Obtenido de <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=417550444012>