



# **ESCUELA DE POSGRADO**

## **LAS ESTRATEGIAS DE LOW COST Y SU RELACIÓN CON LA SATISFACCION DEL CLIENTE EN LA AEROLINEA LATAM – TRUJILLO EN EL AÑO 2018**

**Tesis para optar el grado MAESTRO en:  
ADMINISTRACION DE EMPRESAS - MBA**

**Autora**

**Bach. Cecilia Violeta, Mendoza Chávez**

**Asesor:**

**Mg. Luis Fernando Alegría Ferreyros**

**Trujillo – Perú**

**2019**

## Resumen

El presente trabajo de investigación buscó determinar si las estrategias de *low cost* de la aerolínea Latam, tienen relación en la satisfacción de sus clientes, en la ciudad de Trujillo en el año 2018. La metodología aplicada en el estudio, corresponde a un enfoque cuantitativo, con un tipo de estudio correlacional.

Entre los principales resultados hallados se encontró que no existe relación alguna entre las variables *low cost* y satisfacción del cliente, la prueba Rho de Spearman aplicada indica una significancia de 0.231 mayor al 5%, de la misma forma se observa que el coeficiente rho de spearman es 0.072 valor bastante pequeño confirmándose así que no existe relación entre las variables, lo que quiere expresar en síntesis los resultados que las estrategias que *low cost* que aplica la aerolínea Latam no afectara en la satisfacción del cliente que viaja en dicha aerolínea. Por otro lado, respecto a la satisfacción los pasajeros afirmaron tener una alta satisfacción en un 3.50 promedio y en cuanto a la variable de *low cost* el nivel de satisfacción fue de 3.30 promedio en donde se determinó un nivel medio respecto a la satisfacción, resultados que indican que la aerolínea Latam viene desarrollando una adecuada labor en su producto y servicio el mismo que se ha establecido en el mercado frente a sus principales competidores.

Palabras clave: satisfacción, cliente, *low cost*, rebajas, promociones, calidad de servicio.

## **Abstract**

The present research work sought to determine if the low cost strategies of the airline Latam, are related in the satisfaction of their customers, in the city of Trujillo in 2018. The methodology applied in the study, corresponds to a quantitative approach, with a type of correlational study.

Among the main results found that there is no relationship between the low cost variables and customer satisfaction, the Spearman Rho test applied indicates a significance of 0.231 greater than 5%, in the same way it is observed that the rho coefficient of spearman 0.072 is a fairly small value, confirming that there is no relationship between the variables, which means expressing in summary the results that the low cost strategies applied by the airline Latam will not affect the satisfaction of the client traveling on said airline. On the other hand, with regard to satisfaction, passengers claimed to have a high satisfaction in an average of 3.50 and in terms of the low cost variable, the satisfaction level was of 3.30, where an average level was determined with respect to satisfaction, results that they indicate that the airline Latam has been developing an adequate work in its product and service, the same one that has been established in the market in front of its main competitors.

**Key words:** satisfaction, customer, low cost, sales, promotions, quality of service.

## ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	2
ABSTRACT .....	3
DEDICATORIA .....	4
AGRADECIMIENTO.....	5
I.INTRODUCCIÓN.....	7
I.1. Realidad problemática.....	7
I.2. Pregunta de investigación .....	10
I.3. Objetivos de la investigación .....	10
I.4. Justificación de la investigación.....	10
I.5. Alcance de la investigación.....	11
II.MARCO TEÓRICO .....	12
Antecedentes: .....	12
Bases Teóricas:.....	14
II.1. Satisfacción del cliente .....	14
II.2. Dimensiones de la satisfacción del cliente .....	15
II.3. Modelos de medición de calidad: .....	15
II.4. Modelo de relación cliente – proveedor interno .....	19
II.5. Concepto de servicio y características .....	20
II.6. Concepto y dimensiones de la calidad de servicio .....	21
II.7. <i>Low Cost</i> , clave del éxito.....	22
II.8. Origen de las compañías aéreas de bajo costo .....	23
II.9. Definición de las líneas aéreas de bajo costo.....	23
II.10. Características de las aerolíneas de bajo costo .....	23
II.11. Estrategias genéricas de Michael Porter .....	24
III. HIPÓTESIS .....	32
III.1. Declaración de hipótesis.....	32
III.2. Operacionalización de variables .....	32
III. DESCRIPCIÓN DE MÉTODOS Y ANÁLISIS.....	34
IV. RESULTADOS.....	39
V.DISCUSION.....	85
VI. CONCLUSIONES .....	89
VII RECOMENDACIONES .....	90
VIII BIBLIOGRAFIA.....	104

## **NOTA DE ACCESO**

**No se puede acceder al texto completo pues contiene datos confidenciales**

## IX. Bibliografía

### Referencias Tesis:

- Deleij, D. (2016), *Análisis de la incorporación a la industria de la aviación civil, de nuevos jugadores denominados low cost carriers, su influencia en las estrategias de las compañías tradicionales y las posibilidades de mejoras a las empresas low cost*, (Tesis Doctoral), Universidad de Palermo, Argentina.
- Dompierre, H. (2008), *Análisis de modelos de low cost carrier en el mundo y factibilidad del modelo para Lan Airlines* (Tesis Maestría), Universidad de Chile, país Chile.
- González, R. (2014), *Calidad y la satisfacción del cliente en el hotelería low cost* (Tesis de Licenciatura), Universidad de Valladolid, España.
- Lique, R. & Motta, R. (2017), *Estudio de pre factibilidad para la creación de una aerolínea de bajo costo que atienda rutas nacionales* (Tesis Licenciatura), Universidad Católica del Perú, Perú.
- Merino, J. (1999), *Calidad de servicio bancario: entre la fidelidad y la ruptura* (Tesis doctoral), Universidad Complutense de Madrid, España.
- Pezo, R & Meléndez, N. (2015), *Calidad de servicio y la satisfacción del pasajero turista en el aeropuerto de Iquitos en el periodo abril-mayo 2015* (Tesis de Licenciatura), Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Perú.
- Pinzón, S. (2015). *Calidad de servicio y valor en el transporte intermodal de mercancías* (Tesis doctoral), Universidad de Valencia, España.
- Seclén, A. (2016), *Calidad en el servicio al cliente de la aerolínea Lan, en la ciudad de Chiclayo, 2015* (Tesis de Licenciatura), Universidad Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejode, Perú.

### Referencia de Libros:

- Customer, P. E. (2015). *Medición de experiencia de clientes*. Madrid.
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992, July). *Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension*, España.
- ELFAA (2004): *Liberalisation of European air transport: The benefits of low fare airlines to consumers, airports, regions and the environment*, Madrid.
- Hoffman, K., & Bateson, K. (1997). *Essentials of Services Marketing*, España.

- MacDonald, M., (2013): *Annual Analyses of EU Air Transport Market 2013*, Madrid.
- Morales S. V., & Hernández, A. (2004). *Calidad y Satisfacción en los servicios: Conceptualización*, España.
- Parasuraman, A.; Zeithalm, V., & Berry, L. (1985). *A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research*, España.
- Parasuraman, A.; Zeithalm, V., & Berry, L. (1988). *SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality*, España.
- Porter, M. (1989). *Ventaja competitiva: Creación y sostenimiento de un desempeño superior (1ª ed.)*, México.
- Quirós Tomás, F.J. (2009), *Análisis de la estrategia competitiva de las líneas aéreas europeas*, II Jornadas de investigación en turismo, Sevilla.
- Zeithaml, A.; A. Parasuraman & Leonard L. (1993): *Calidad total en la gestión de servicios: cómo lograr el equilibrio entre las percepciones y las expectativas de los consumidores* Fundamentos de Marketing; 13va Edición; Madrid.

### Referencias de Revistas

- Alcaide, J & Soriano C. (2010), Low cost, claves del éxito con *colaboración de de marketing de servicios (MdS)*. Recuperado: <http://pdfs.wke.es/7/2/0/1/pd0000047201.pdf>
- Amadeus IT Group SA (2015), easyJet's Success in European Business Travel. Recuperado: [http://www.amadeus.com/web/binaries/1333089481194/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DAmadeus\\_easyJet\\_Case+Study\\_web.pdf](http://www.amadeus.com/web/binaries/1333089481194/blobheader=application/pdf&blobheadername1=Content-Disposition&blobheadervalue1=inline%3B+filename%3DAmadeus_easyJet_Case+Study_web.pdf)
- VAMOS LATAM (2016), Un nuevo mundo vamos LATAM. Recuperado: [https://www.latam.com/vamos/assets/midiakit/MEDIA%20KIT%20VAMOS%20LATAM\\_AGO2016\\_ESP.pdf](https://www.latam.com/vamos/assets/midiakit/MEDIA%20KIT%20VAMOS%20LATAM_AGO2016_ESP.pdf)

### Referencias de Artículos en un Documento en Línea

- Portal de Turismo (2018). Tráfico de pasajeros en vuelos domésticos creció 8.5% en 2017 (Ranking de aerolíneas nacionales).  
Recuperado de <http://www.portaldeturismo.pe/noticia/trafico-de-pasajeros-en-vuelos-domesticos-crecio-8-5-en-2017-%28ranking-de-aerolineas-nacionales%29>

Portal de Turismo (2018). Transporte aéreo internacional creció 8.9% en primer trimestre (Ranking de aerolíneas).

Recuperado de <http://www.portaldeturismo.pe/noticia/transporte-aereo-internacional-crecio-8-9-en-primer-trimestre-ranking-de-aerolineas->

Publimetro (2017). Ranking de las empresas aéreas que recibieron más reclamos en 2017 en Perú.

Recuperado de <https://publimetro.pe/actualidad/noticia-ranking-empresas-aereas-que-recibieron-mas-reclamos-2017-peru-68774>

El Comercio (2018). ¿Qué aerolíneas movilizaron a más pasajeros en lo que va del año?

Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/aerolineas-son-firmas-pasajeros-movilizaron-julio-2018-noticia-563456>

El Comercio (2017). Latam lanzará estrategia low cost

Recuperado de <https://elcomercio.pe/economia/negocios/latam-lanzara-estrategia-low-cost-142123>

Semana Económica (2018). **Latam Airlines fortalece su estrategia opuesta a las *low cost* con renovación de cabinas y flota**

Recuperado de <http://semanaeconomica.com/article/sectores-y-empresas/turismo/305895-latam-airlines-fortalece-su-estrategia-opuesta-a-las-low-cost-con-renovacion-de-cabinas/>

Diario de Mallorca (2016). **"EasyJet no es una aerolínea, es una 'e-commerce' con aviones"**

Recuperado de <https://www.diariodemallorca.es/economia/foro-negocios-businessdm/2016/05/27/easyjet-aerolinea-e-commerce-aviones/1121122.html>

Internacional Airport Jorge Chavez (2016). **Tarifa aeroportuaria**

Recuperado de <https://www.lima-airport.com/esp/para-pasajeros/informacion-y-asistencia-para-el-viaje/tarifa-aeroportuaria>

PERU 21 (2018). **“Este es el perfil del viajero digital peruano durante el verano”**



Recuperado de <https://www.lima-airport.com/esp/para-pasajeros/informacion-y-asistencia-para-el-viaje/tarifa-aeroportuaria>

TALMA (2015), **Servicios Aeroportuarios**

Recuperado de: <http://www.talma.com.pe/nosotros.php>

TRANSPORTES LINEA (2017), **Servicios**

Recuperado de: <https://www.linea.pe/index.asp>

ITTSA BUS (2017), **Servicios**

Recuperado de: <https://www.ittsabus.com/index.php>

CRUZ DEL SUR (2014), **Servicios**

Recuperado de: <http://www.cruzdelsur.com.pe/servicios/cruzeroevolution#>

GESTION (2018), **Low cost Sky anuncia nuevas rutas para el mercado doméstico peruano en el 2019**

Recuperado de: <https://gestion.pe/economia/empresas/low-cost-sky-anuncia-nuevas-rutas-mercado-domestico-peruano-2019-240439>

El Comercio (2018), **'Low cost': Conoce las aerolíneas que llegaron y llegarán**

Recuperado de: <https://elcomercio.pe/economia/dia-1/low-cost-conoce-aerolineas-llegaron-llegaran-noticia-485725>

## **NORMAS LEGALES**

Ley N° 27261 Ley de Aeronáutica Civil, publicada en el diario El Peruano el 10 de mayo de 2000.

D.S 050-2001-MTC, Reglamento de la Ley de Aeronáutica Civil, publicado en El Peruano el 26 de diciembre de 2001.