



# FACULTAD DE NEGOCIOS

Carrera de Administración

“LA GESTIÓN OPERATIVA Y LA SATISFACCIÓN  
DEL CLIENTE EN EL SECTOR DEL  
TRANSPORTE AÉREO EN LIMA-PERÚ 2018”

Tesis para optar el grado de:

Bachiller en Administración

Autores:

Carmen Angeles Rivas  
Claudia Chanamé Chalco

Asesor:

Mg. Luis Tarmeño Bernuy

Lima - Perú

2019



**ACTA DE AUTORIZACIÓN PARA PRESENTACIÓN DEL TRABAJO DE  
INVESTIGACIÓN**

El asesor Emilio José Chocobar Reyes, docente de la  
Universidad Privada del Norte, facultad de Negocios,  
carrera profesional de Administración, ha  
realizado el seguimiento del proceso de formulación, desarrollo, revisión de fondo y forma  
(cumplimiento del estilo APA y ortografía) y verificación en programa de antiplagio del Trabajo de  
Investigación de los estudiantes:

- CARMEN SOLEDAD ANGELES RIVAS  
(Nombre completo de estudiante o egresado)
- CLAUDIA PAOLA CHANAMÉ CHALCO  
(Nombre completo de estudiante o egresado)

Por cuanto, **CONSIDERA** que el Trabajo de Investigación titulado LA GESTIÓN OPERATIVA  
Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR DE  
TRANSPORTE AÉREO EN LIMA - PERÚ 2018,  
para optar al grado de bachiller por la Universidad Privada del Norte, reúne las condiciones  
adecuadas en forma y fondo, por lo cual, **AUTORIZA** su presentación.

Lima 22 de Febrero del 2019  
(Lugar) (día) (mes) (año)

Ing./Lic.(Mg.)/Dr. Emilio José Chocobar Reyes  
(Nombre completo del Asesor)

Asesor

## DEDICATORIA

A mi familia por el infinito amor y el incondicional apoyo mostrado a lo largo de todos estos días.

Claudia Chanamé.

A Dios, por darme la vida, la salud y las fuerzas para salir adelante. A mis hijos por el amor y el apoyo incondicional que me brindan día a día.

Carmen Angeles.

## **AGRADECIMIENTO**

Agradecemos a nuestras familias y a nuestros hijos por su comprensión y apoyo permanente durante el tiempo que hemos dedicado a nuestros estudios.

## ÍNDICE

DEDICATORIA .....	ii
AGRADECIMIENTO .....	iii
ÍNDICE .....	iv
RESUMEN.....	vii
CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO II: METODOLOGÍA.....	19
CAPÍTULO III: RESULTADOS .....	21
CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES .....	34
RECOMENDACIONES .....	37
BIBLIOGRAFÍA.....	38

## INDICE DE TABLAS

Tabla 2.1 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos .....	20
Tabla 3.1 Tabla de validación del instrumento por expertos .....	22
Tabla 3.2 Estadística de fiabilidad .....	23
Tabla 3.3 Estadística de elementos .....	23
Tabla 3.4 Estadísticas de Escala.....	23
Tabla 3.5 Estadísticos descriptivos de Gestión Operativa. ....	23
Tabla 3.6 Estadísticos descriptivos de la Satisfacción del cliente. ....	24
Tabla 3.7 Estadística de la pregunta 1 de la encuesta. ....	24
Tabla 3.8 Estadística de la pregunta 2 de la encuesta .....	24
Tabla 3.9 Estadística de la pregunta 11 de la encuesta .....	25
Tabla 3.10 Estadística de la pregunta 12 de la encuesta .....	27
Tabla 3.11 Prueba de normalidad para Gestión Operativa.....	28
Tabla 3.12 Prueba de normalidad para Satisfacción del cliente.....	29
Tabla 3.13 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Satisfacción del cliente .....	30
Tabla 3.14 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Capacidad de respuesta .....	30
Tabla 3.15 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Comunicación.....	31
Tabla 3.16 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Percepción selectiva.....	31
Tabla 3.17 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente .....	32
Tabla 3.18 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente e Infraestructura.....	33
Tabla 3.19 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información.....	33
Tabla A4.1 Estadística de la pregunta 3 de la encuesta.....	54
Tabla A4.2 Estadística de la pregunta 4 de la encuesta.....	55
Tabla A4.3 Estadística de la pregunta 5 de la encuesta.....	56
Tabla A4.4 Estadística de la pregunta 6 de la encuesta.....	57
Tabla A4.5 Estadística de la pregunta 7 de la encuesta.....	58
Tabla A4.6 Estadística de la pregunta 8 de la encuesta.....	59
Tabla A4.7 Estadística de la pregunta 9 de la encuesta.....	60
Tabla A4.8 Estadística de la pregunta 10 de la encuesta.....	61
Tabla A4.9 Estadística de la pregunta 13 de la encuesta.....	62
Tabla A4.10 Estadística de la pregunta 14 de la encuesta.....	63
Tabla A4.11 Estadística de la pregunta 15 de la encuesta.....	64
Tabla A4.12 Estadística de la pregunta 16 de la encuesta.....	65
Tabla A4.13 Estadística de la pregunta 17 de la encuesta.....	66
Tabla A4.14 Estadística de la pregunta 18 de la encuesta.....	67
Tabla A4.15 Estadística de la pregunta 19 de la encuesta.....	68
Tabla A4.16 Estadística de la pregunta 20 de la encuesta.....	69

## INDICE DE FIGURAS

Figura 1.1 Red de conceptos de la variable Gestión operativa.....	13
Figura 1.2 Red de conceptos de la variable satisfacción del cliente .....	16
Figura 3.1 Gráfico de barras de la pregunta 1 de la encuesta. ....	25
Figura 3.2 Gráfico de barras de la pregunta 2 de la encuesta. ....	26
Figura 3.3 Gráfico de barras de la pregunta 11 de la encuesta. ....	27
Figura 3.4 Gráfico de barras de la pregunta 12 de la encuesta. ....	28
Figura A4.1 Gráfico de barras de la pregunta 3 de la encuesta.....	54
Figura A4.2 Gráfico de barras de la pregunta 4 de la encuesta.....	55
Figura A4.3 Gráfico de barras de la pregunta 5 de la encuesta.....	56
Figura A4.4 Gráfico de barras de la pregunta 6 de la encuesta.....	57
Figura A4.5 Gráfico de barras de la pregunta 7 de la encuesta.....	58
Figura A4.6 Gráfico de barras de la pregunta 8 de la encuesta.....	59
Figura A4.7 Gráfico de barras de la pregunta 9 de la encuesta.....	60
Figura A4.8 Gráfico de barras de la pregunta 10 de la encuesta.....	61
Figura A4.9 Gráfico de barras de la pregunta 13 de la encuesta.....	62
Figura A4.10 Gráfico de barras de la pregunta 14 de la encuesta.....	63
Figura A4.11 Gráfico de barras de la pregunta 15 de la encuesta.....	64
Figura A4.12 Gráfico de barras de la pregunta 16 de la encuesta.....	65
Figura A4.13 Gráfico de barras de la pregunta 17 de la encuesta.....	66
Figura A4.14 Gráfico de barras de la pregunta 18 de la encuesta.....	67
Figura A4.15 Gráfico de barras de la pregunta 19 de la encuesta.....	68
Figura A4.16 Gráfico de barras de la pregunta 20 de la encuesta.....	69
Figura A4.17 Gráfico de sectores de la pregunta 1 de la encuesta.....	70
Figura A4.18 Gráfico de sectores de la pregunta 2 de la encuesta.....	70
Figura A4.19 Gráfico de sectores de la pregunta 3 de la encuesta.....	71
Figura A4.20 Gráfico de sectores de la pregunta 4 de la encuesta.....	71
Figura A4.21 Gráfico de sectores de la pregunta 5 de la encuesta.....	72
Figura A4.22 Gráfico de sectores de la pregunta 6 de la encuesta.....	72
Figura A4.23 Gráfico de sectores de la pregunta 7 de la encuesta.....	73
Figura A4.24 Gráfico de sectores de la pregunta 8 de la encuesta.....	73
Figura A4.25 Gráfico de sectores de la pregunta 9 de la encuesta.....	74
Figura A4.26 Gráfico de sectores de la pregunta 10 de la encuesta.....	74
Figura A4.27 Gráfico de sectores de la pregunta 11 de la encuesta.....	75
Figura A4.28 Gráfico de sectores de la pregunta 12 de la encuesta.....	75
Figura A4.29 Gráfico de sectores de la pregunta 13 de la encuesta.....	76
Figura A4.30 Gráfico de sectores de la pregunta 14 de la encuesta.....	76
Figura A4.31 Gráfico de sectores de la pregunta 15 de la encuesta.....	77
Figura A4.32 Gráfico de sectores de la pregunta 16 de la encuesta.....	77
Figura A4.33 Gráfico de sectores de la pregunta 17 de la encuesta.....	78
Figura A4.34 Gráfico de sectores de la pregunta 18 de la encuesta.....	78
Figura A4.35 Gráfico de sectores de la pregunta 19 de la encuesta.....	79
Figura A4.36 Gráfico de sectores de la pregunta 20 de la encuesta.....	79

## RESUMEN

El objetivo general del estudio fue describir y explicar la relación entre Gestión operativa y Satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018. Igualmente, se procedió con la vinculación entre Gestión operativa y las dimensiones de la Satisfacción del cliente (Capacidad de respuesta, Comunicación y Percepción selectiva), y finalmente, la relación entre la Satisfacción del cliente y las dimensiones de Gestión operativa (seguridad, infraestructura y tecnología de la información). Metodológicamente, la investigación es básica y cuantitativa. El diseño fue no experimental y transversal. Se encuestaron a 90 personas (muestra no probabilística) mediante un cuestionario de 20 preguntas (escala de Likert). El instrumento es válido ( $V= 0,96$ ) y confiable ( $\alpha= 0,8$ ). Ya que las variables Gestión operativa y Satisfacción del cliente no eran normales, se usó el estadístico de Spearman. La relación entre Gestión operativa y Satisfacción del cliente ( $\rho= 0,693$ ) resultó fuerte. Además, el vínculo entre Gestión Operativa y las dimensiones de Satisfacción del cliente fueron moderadas, fuertes y no existentes. Finalmente, las correlaciones entre Satisfacción del Cliente y las dimensiones de Gestión operativa fueron fuertes, moderadas y débiles respectivamente. Concluyéndose que la gestión operativa sirve como un factor predictor en la satisfacción del cliente.

**Palabras clave:** Capacidad, cliente, comunicación, gestión, infraestructura, operativa, percepción, relación, satisfacción, seguridad, tecnología.



## CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN

### Realidad problemática

El Perú cuenta con un Aeropuerto Internacional, desde el año 1965 ubicado en la provincia constitucional del Callao, siendo en un inicio administrada por el Estado. El 15 de noviembre del 2000 la compañía concesionaria Lima Airport Partners S.R.L. (LAP) se adjudicó la buena pro de la licitación realizada por el Estado peruano para la construcción, mejora, conservación y explotación del Aeropuerto, el contrato fue suscrito el 14 de febrero del 2001 y tiene una duración de 30 años. Desde este año el Aeropuerto ha obtenido importantes cambios a nivel de infraestructura, recursos humanos y tecnología, los cuales lo han convertido en un Aeropuerto seguro, moderno y eficiente. Además, cabe indicar que desde el 2005 ha recibido diversos reconocimientos, tanto a nivel Sudamericano como mundial (Mendiola, Arévalo, Maratuech, Pérez, & Valencia, 2011).

LAP recibió un Aeropuerto con grandes carencias a nivel de infraestructura y tecnología, ya que muchas de sus operaciones eran ejecutadas de forma manual y excedía su capacidad continuamente provocando incomodidad en los pasajeros. Por esta razón LAP comenzó una mejora a nivel de personal y tecnológico para las diversas áreas de interacción con el cliente a través de la implementación de un programa de transformación organizacional llamado “Rentabilidad Organizacional a través de las Personas” (ROP) que intenta compatibilizar la misión, visión y valores con las metas estratégicas de la compañía y los estilos de dirección y competencias de sus colaboradores (Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público, 2017).

Actualmente LAP se ocupa de las operaciones comerciales, brindando un buen servicio enfocándose en las personas y su entorno, optimizando así su calidad de atención y la satisfacción de sus clientes. El sector de aviación comercial que funciona en el Perú muestra durante los últimos años un crecimiento constante debido a la implementación de nuevas rutas y líneas aéreas consiguiendo así mayor afluencia de pasajeros por año tanto a nivel nacional como internacional. De acuerdo a los indicadores del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (MINCETUR) la afluencia de Turistas mostró un incremento sostenible del 7,7% (2017), con respecto al año anterior (2016) (Ministerio de Comercio Exterior y Turismo, 2018). Cabe indicar que el Aeropuerto ha sido remodelado considerablemente dos veces en los últimos años tal como lo menciona Ontón et al. (2010) en su tesis para obtener el grado de magister en la Pontificia Universidad Católica del Perú, sin embargo, esto no ha sido suficiente para lograr una mejora importante en la percepción del servicio por parte del cliente ya que los pasajeros han presentado reclamos relacionados a deficiencias en la infraestructura y a cobros excesivos en los servicios ofrecidos, además de situaciones que implican pérdidas de vuelos debido a una mala información. Esta situación es también observada o replicada en otras partes del Perú como lo cuenta Reátegui (2018) en su tesis titulada, “La calidad de servicio percibida en los usuarios en el aeropuerto alférez FAP. David Figueroa Fernandini, Huánuco 2018”. Es por esta razón que la Gestión

Operativa ha formado una comisión que tiene como fin principal revisar los derechos del pasajero para así poder asegurar que estos cuenten con la información acerca del alcance de los servicios que deben recibir en cualquier lugar de las instalaciones del aeropuerto (Lima Airport Partners, 2017).

Citando la experiencia del aeropuerto internacional “El Dorado”, de Bogotá extraída del artículo titulado, “Políticas de privatización de aeropuertos. El caso de Colombia”, donde se otorgó la concesión del mismo a la empresa OPAIN S. A., en el cual debido a su gestión operativa pudo tener una mejora notable en cuanto a su infraestructura, efectividad y la atención al pasajero, usuarios y clientes a nivel internacional. De acuerdo a las fallas encontradas se realizaron modificaciones en la infraestructura del terminal aéreo, haciendo incrementar los índices de satisfacción del cliente, además, una mejor relación entre el concesionario y cada organismo de la administración pública que operaba en el terminal aéreo, de igual manera se pudo optimizar el sistema de información, así como los procedimientos de seguridad, y también el de los costos de arrendamiento de la zona comercial, servicios aeroportuarios y de la tasa aeroportuaria (Díaz, 2018).

Es por esta razón que se considera que la experiencia de satisfacción del cliente en el aeropuerto debe ser una de las cuestiones más importantes del transporte aéreo comercial. Además, durante la permanencia previa y posterior al vuelo, el pasajero debe interactuar con los diversos servicios otorgados en el Aeropuerto, así como relacionarse con el personal de las aerolíneas en las diversas áreas anteriores al embarque, tales como el check-in, la sala de embarque, migraciones y el control de seguridad, asimismo el cliente debe tener acceso a la información respecto de los servicios que puede encontrar tales como el patio de comidas, tiendas y movilidades. Cabe indicar que el personal debe conocer los procesos por los que tiene que pasar el cliente y su equipaje para poder ofrecer la mejor información y así lograr que este se sienta satisfecho con el servicio recibido.

#### **Antecedentes internacionales.**

En cuanto a la literatura extranjera revisada como base de la presente investigación, se consultó a Rodríguez y Zapata (2016) quienes realizaron la investigación titulada, “Determinantes del grado de Satisfacción Global con los servicios del Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez”. Este trabajo examinó los indicadores de la experiencia global de los pasajeros en relación a los servicios y prestaciones ofrecidos por un terminal aeroportuario, siendo analizado el aeropuerto Arturo Merino Benítez de la ciudad de Santiago de Chile. Para ello se realizó una investigación de carácter empírico a partir de 554 encuestas realizadas a los pasajeros de embarque en las terminales nacional e internacional. Mediante un enfoque probabilístico se estimaron los efectos y la magnitud de las características del servicio en la percepción global de los pasajeros. Los resultados indicaron que una mejor calidad en las dimensiones “servicios de información visual” así como “ambientación y limpieza”, elevaban significativamente la probabilidad de una satisfacción más alta por parte del cliente. Este trabajo pone en relieve la percepción de los clientes respecto de los servicios y prestaciones ofrecidos por un terminal aeroportuario, lo cual

resulta siendo relevante para el desarrollo de la presente investigación puesto que emplea la probabilidad como método para analizar la información vertida por los pasajeros usuarios del aeropuerto anteriormente mencionado.

Por otra parte, Stone (2016) en su investigación, “Reliability as a factor in small community air passenger choice” se propone respaldar la idea de que el costo de la tarifa aérea y el tiempo de viaje son importantes en la elección del viaje aéreo, pero también de que la fiabilidad del servicio es un factor a considerar. Las preguntas realizadas en la investigación se dividieron en varias categorías generales: la compra en un vuelo anterior, la elección de viaje en el avión, las actitudes hacia el aeropuerto local y hacia el aeropuerto central más cercano, el comportamiento futuro previsto y el transporte terrestre. Con respecto a la elección del viaje en avión, se pidió a los individuos que calificaran la importancia de diez factores (nueve de investigaciones anteriores, más la fiabilidad del servicio) en una escala tipo Likert de 5 puntos. La encuesta se realizó en línea y se hizo pública a través de la cámara de comercio, los medios locales (incluida la prensa escrita, en línea y la televisión) y los principales empleadores locales, entre ellos una universidad y un instituto. 2244 individuos abrieron la encuesta y 1582 completaron la misma.

En los resultados de la investigación se presentó que cinco de los factores tenían una importancia superior a 3,99: costo (4,44), fiabilidad (4,36), tiempo hasta el aeropuerto (4,07), tiempos de vuelo (4,04) y tiempo total de viaje (3,99). Estos resultados fueron respaldados por datos anecdóticos de fuentes publicadas, así como respuestas tanto cuantitativas como cualitativas de una amplia encuesta en la comunidad. Sin embargo, en este estudio, la fiabilidad fue catalogada como muy importante para los viajeros, incluso más que las características del vuelo y el tiempo de viaje (Stone, 2016).

En Panamá, Labiosa y Avendaño (2015), en su trabajo de investigación llamado, “Vista de Evaluación de la satisfacción de los turistas del Aeropuerto Internacional de Tocumen enfocado al traslado terrestre desde y hacia el aeropuerto”, se plantearon como principal objetivo evaluar la satisfacción de los turistas, usuarios del Aeropuerto Internacional de Tocumen prestando especial atención al traslado terrestre desde y hacia el aeropuerto; con el fin de detectar fallas en la calidad del servicio para luego analizarlas y así mejorar la experiencia del turista. En cuanto a la metodología, se realizaron encuestas directamente a los turistas que usaron alguno de los servicios de traslado disponibles desde y hacia el Aeropuerto Internacional de Tocumen. La toma de datos se hizo sobre una muestra aleatoria de 200 turistas. Para determinar el nivel de satisfacción de los turistas con respecto a la calidad de los servicios de traslado, se recurrió a la escala Likert (1-5) para evaluar cuatro variables importantes: disponibilidad, precio, seguridad y atención brindada por estos servicios. Además, se preguntó acerca del lugar de procedencia de los turistas y el tipo de traslado usado (taxi, bus turístico y mini bus). Finalmente, en el análisis de los datos se recurrió a la *t* de Student con varianza poblacional desconocida.

Se pudo determinar que el 23 % de los encuestados consideraba que la disponibilidad de los traslados es muy buena, un 35 % que es buena, un 17 % como regular, en un 17,5 % valoró que es mala y un 7,5 % como muy mala. Por otra parte, el 17 % de los consultados manifestó que el precio señalado por los traslados es muy bueno, un 33 % como bueno, un 30 % que es regular,

un 11,5 % como malo y un 8,5 % como muy malo. Además, el 17,5 % de los encuestados expresó que la seguridad cuando se usan los traslados es muy buena, un 36,5 % como buena, un 26 % como regular, un 13 % que es mala y un 7 % como muy mala. En cuanto a la atención brindada, el 18 % de las personas consultadas opinó que la atención brindada en los traslados es muy buena, un 33,5 % que es buena, un 27 % que es regular, un 13,5 % como mala y un 8 % como muy mala. Con relación a la prueba de hipótesis, se pudo establecer que para todas las variables la media poblacional es mayor que 3 (servicio regular). El trabajo concluye diciendo que se necesita poseer un método y un medio que permita evaluar de forma eficiente y eficaz la satisfacción del cliente; para poder descubrir las fallas del servicio brindado, dando a la empresa las herramientas para plantear y realizar mejoras en favor de la satisfacción de los turistas (Labiosa & Avendaño, 2015).

Por otra parte, Atalay y Sarvan (2014) en su estudio, “Knowledge Management Processes in International Joint Ventures: A Case of an Airport Operator Firm”, tuvieron como objetivo explorar los procesos de gestión del conocimiento en términos de naturaleza, dirección, nivel y tipo de transferencia de conocimiento, en una empresa conjunta internacional que opera una terminal aeroportuaria en Turquía, donde la aviación y los sectores relacionados como el manejo del terminal aeroportuario han experimentado un rápido crecimiento durante los últimos años. El vacío en la literatura sobre la gestión del conocimiento en el contexto de las empresas conjuntas internacionales en la gestión de terminales de aviación y aeropuertos propició este estudio. El método utilizado en la investigación fue el estudio de caso cualitativo. Se realizaron entrevistas en profundidad con el gerente general y tres gerentes de la empresa. Los datos recopilados de las entrevistas y los documentos relevantes se analizaron para resumir los hallazgos relativos a las características específicas de la gestión del conocimiento en y entre las empresas conjuntas internacionales y las empresas matrices. Los hallazgos del estudio mostraron el impacto del contexto en los procesos de la gestión del conocimiento. En el caso de la administración de los terminales de un aeropuerto que está estrictamente regulado por instituciones internacionales y nacionales, se encontró que el intercambio explícito de conocimientos (a nivel grupal u organizacional) es superior sobre el intercambio tácito de conocimientos (a nivel individual o entre empleados) entre socios y las empresas conjuntas internacionales. Además, la matriz extranjera que posee mayor experiencia y conocimientos que la pareja local en el campo de la gestión aeroportuaria fue la parte que transfirió más información, tecnología y conocimientos a las empresas conjuntas internacionales.

En Argentina, se encontró que Andrés (2010) efectuó la investigación, “Los Aeropuertos de Buenos Aires y su relación con el espacio Metropolitano. La inserción del subsistema aeroportuario aeroparque-Ezeiza dentro de la lógica del mercado aerocomercial y de la estructuración urbana”, donde indica que en la actualidad los aeropuertos son vistos como unidades de negocio, más allá del modelo de propiedad y la gestión que estos posean. Los aeropuertos han expandido su área comercial en sus terminales. La idea es que el aeropuerto se convierta en un destino en sí mismo teniendo como objetivo el incremento de las ganancias de los operadores aeroportuarios y poder así reducir las fuertes oscilaciones del mercado aerocomercial, de la cual dependen la mayoría de los ingresos aeronáuticos. Para el año 2000 se redujo a poco

menos de 1 millón de pasajeros en comparación a un año atrás, debido al aumento de las actividades no aeronáuticas.

Según estudios realizados por el Aeropuerto de Ezeiza, el impacto económico positivo se debería a la actividad aeroportuaria y aerocomercial. Los resultados indicaron que en promedio de cada millón de pasajeros anuales se forma una mejor gestión operativa. La estrategia para acrecentar la eficiencia implica optimizar la capacidad aeroportuaria al más bajo costo posible, usando al máximo el espacio aeroportuario dedicado a estas actividades, así como mejorar sus tasas de impuestos, alcanzando una mayor rentabilidad. En conclusión, se pudo encontrar que el área operativa del aeropuerto de Buenos Aires presta mucho interés en la satisfacción del cliente debido a la ejecución de una buena administración. Hoy en día en los aeropuertos donde se aprecia una buena gestión operativa, el resultado es el éxito (Andrés, 2010).

### **Antecedentes nacionales.**

En cuanto a experiencias locales consultadas, Lima Airport Partners (LAP, 2017) presenta la “Memoria anual y sostenibilidad financiera 2016. Resultados de satisfacción de clientes”. Mediante este informe anual queda registrada la importancia de los pasajeros para LAP puesto que se habla del control de la satisfacción del cliente mediante encuestas semestrales de satisfacción aplicadas en los diferentes segmentos de esta empresa. Asimismo, se verifica que se priorizan los resultados hallados respecto a la satisfacción de la administración y al aeropuerto internacional Jorge Chávez. Con relación a los resultados de las encuestas, se encontró que los pasajeros y acompañantes sugerían mejoras en el servicio de internet y mayor confort en las zonas de espera del aeropuerto; asimismo en cuanto a las aerolíneas y los clientes comerciales, los pasajeros presentaban mayor aceptación respecto a los servicios prestados por entidades del Estado, como CORPAC, la empresa de limpieza, la administración y LAP en el aeropuerto. Basados en este informe se pudo verificar mediante los resultados que el cambio en la administración, del Estado a LAP, ha repercutido de forma positiva en los pasajeros y usuarios de los diversos servicios ofrecidos en el aeropuerto.

Otro trabajo revisado fue el de Sevilla (2016) que se titula, “La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de casa verde gourmet en el aeropuerto “Carlos Martínez Pinillos” Distrito de Huanchaco-2016”, el cual se propuso como objetivo determinar la influencia de la calidad de servicio en la satisfacción de los clientes. En la investigación se usaron como variables a la calidad del servicio (variable independiente) y la satisfacción de los clientes (variable dependiente). Con respecto a la metodología utilizada, el diseño fue no experimental, de corte transversal, de tipo descriptivo y correlacional. La población de estudio constó de 2100 clientes de los cuales se escogió una muestra probabilística de 325. A fin de recolectar datos se usó un cuestionario. En la investigación se pudo encontrar que la calidad del servicio es percibida de manera significativa por los clientes en las dimensiones de tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía. También se observó que los clientes asocian un servicio de calidad con la apariencia de los empleados, las instalaciones y el buen trato de los colaboradores. Es importante resaltar que en el estudio se descubrió que un indicador para la insatisfacción es la fiabilidad.

Otra fuente nacional a la que se recurrió fue el trabajo realizado por Guerra y Vásquez (2015) quienes efectuaron la investigación, “Calidad de servicio y la satisfacción del pasajero turista en el aeropuerto de Iquitos en el periodo Abril-Mayo 2015”, donde analizaron el cambio de administración realizado en el aeropuerto de Iquitos, que pasó de ser administrado por el Estado a ser administrado por Aeropuertos del Perú (ADP) desde el año 2006. Esta empresa tomó el compromiso de mejorar los servicios brindados, implementar tecnología de última generación y cumplir los estándares de seguridad nacional e internacional. Con este cambio de administración se lograron resultados positivos percibidos por los pasajeros, puesto que se observó una mejora significativa en los servicios ofrecidos a los mismos, así como una imagen institucional más sólida y comprometida con ellos. En este trabajo se llegó a la conclusión de que la calidad del servicio y la satisfacción del pasajero se encuentran relacionadas, pero se realizó la acotación de que la administración aún no ha logrado una eficiencia completa en las diferentes áreas, por lo cual se brindó las recomendaciones del caso para la mejora de los indicadores, tales como, la atención al pasajero y la limpieza del establecimiento. Cabe indicar que este trabajo es importante debido al análisis realizado en cuanto a la satisfacción y su relación con algunas áreas de la empresa mostrando así su influencia en cada una.

Otro trabajo consultado, cuyo lugar de estudio fue en el norte de nuestro país, corresponde al de García (2012) quien presentó su investigación, “Impacto de la Concesión del Aeropuerto Internacional CAP. FAP. “Carlos Martínez de Pinillos” en el crecimiento económico y social de la provincia de Trujillo”, donde muestra la forma en la que el Aeropuerto de Trujillo ha crecido notablemente debido a la nueva gestión, otorgada mediante concesión del Estado hacia Aeropuertos del Perú (ADP). El estudio muestra la mejora en cuanto a la infraestructura gracias a la inversión económica de 12 millones de dólares americanos, así como en la calidad del servicio de manera operativa, y también, en las nuevas tendencias comerciales con relación a los pasajeros y acompañantes del nuevo operador privado. Esto significó que la administración del operador privado implicó inversiones de carácter económico, situación que no se observó bajo la gestión de la Corporación Peruana de Aeropuertos y Aviación Comercial (CORPAC), generando mayor bienestar y beneficio. La investigación recurrió a una muestra de 172 habitantes que tenían relación directa con el aeropuerto en mención. Los resultados indicaron que la administración del Aeropuerto de Trujillo por parte de un operador privado tuvo un impacto positivo.

Finalmente, se recurrió a la experiencia de Ontón, Mendoza y Ponce (2010) quienes realizaron la investigación, “Estudio de calidad de servicio en el Aeropuerto de Lima: expectativas y percepción del pasajero turista”, donde indicaron que la industria de transporte aéreo comercial es una actividad que se desarrolla y crece notoriamente en el Perú. En la investigación se señala que en los últimos años se ha observado un crecimiento significativo el cual está directamente relacionado con el desarrollo del turismo promovido por el Estado. Esto demostró que el aeropuerto internacional Jorge Chávez de Lima es la mayor puerta de ingreso de los visitantes que llegan al Perú por motivo del turismo. El principal objetivo del estudio fue el de reconocer e identificar los atributos o características que los pasajeros turistas esperaban que tuviera un excelente aeropuerto, la medida en que valoran cada atributo, y cómo perciben la experiencia en

el aeropuerto de nuestra capital, con el propósito o fin de instituir la calidad y mejorar el servicio para favorecer la experiencia de viaje del pasajero y desarrollar la actividad turística en el país. El estudio se apoyó en un detallado análisis estadístico para responder a las preguntas de investigación planteadas, y para entregar conclusiones y recomendaciones concretas que agreguen valor a todos los negocios que se desarrollan en el aeropuerto.

### **Bases teóricas**

Con el objetivo de definir el concepto de “Gestión operativa” se consultó a Münch (2010) quien señala que “la administración es el proceso de coordinación de recursos para obtener la máxima productividad, calidad, eficiencia, competitividad y productividad en el logro de los objetivos de una organización” (p. 23). Se puede apreciar, a partir de lo dicho, que con una adecuada administración se logran resultados óptimos, en favor de los objetivos, también se define claramente que con una buena organización se reducen los tiempos requeridos y las metas se logran en el menor plazo posible.

En relación al mismo concepto, los autores Koontz, Weihrich y Cannice (2012) brindan su perspectiva diciendo que “la administración es un proceso mediante el cual se diseña y mantiene un ambiente o entorno en el que individuos, que trabajan en grupos, logran objetivos específicos eficazmente” (p. 04). A partir de esto se puede decir que de aquí se desprende el concepto de plan estratégico. Por lo tanto, para arribar a los resultados deseados, se deben considerar todas las áreas involucradas tanto en las actividades operativas como no operativas.

De acuerdo a los autores Bateman y Snell (2009), la administración es toda empresa que está involucrada con una mejora continua de la operación, es decir, cada quien en lo que le corresponde. Para los investigadores, en los negocios el éxito y la disciplina de una buena administración tienen que ver con la posesión de productos de alta calidad. Esta definición permite entender como este factor representa una pieza clave en el proceso de mejora de la calidad del producto y por consiguiente de la satisfacción del cliente.

Sin embargo, Hitt, Stewart y Porter (2006) consideran que la administración es “el proceso de estructurar y utilizar grupos de decisiones y acciones de recursos orientados a la consecución de metas, para llevar a cabo las tareas en un ambiente organizacional” (p. 8). En este sentido, se puede considerar a la administración como un cúmulo de actividades planificadas hacia un objetivo, teniendo en cuenta que todo empieza desde un plan de estrategias de largo aliento.

En conclusión, la gestión operativa es la administración de los aeropuertos como empresas. Cabe resaltar que para tal fin se deben considerar todas las áreas pertenecientes a estas, es decir, las actividades aeroportuarias como las no aeroportuarias.

En el presente estudio se propone que la Gestión Operativa se puede medir a través de los conceptos de Seguridad, Infraestructura, y Sistemas de Tecnología e Información. Con relación al primer concepto, Burgos y Tudela (2001) definen a la seguridad como una necesidad vital del ser humano en nuestra sociedad desde décadas pasadas. Más allá de su naturaleza, la seguridad debe ser entendida como un bien público, una garantía para el ejercicio de los derechos y el logro del bien común. Es decir, la seguridad “se expresa en la sensación del ciudadano de sentirse

protegido y resguardado en su integridad psíquica, física, patrimonial, a través de un reconocimiento manifiesto de sus derechos individuales y colectivos” (p. 476).

Por otra parte, Franklin (2009) dice que “la infraestructura en una organización en cuanto a espacios debe ser considerada en relación al respeto, a las creencias, actitudes, valores, hábitos, costumbres, supuestos y maneras de hacer las cosas de los miembros de la organización” (p.198). En conclusión, un cliente se siente más tranquilo y cómodo cuando obtiene mayor seguridad y fácil acceso a las áreas de atención.

Con respecto al tercer concepto propuesto, los autores Ahmed, Shepherd, Ramos y Ramos (2012) expresan que “la tecnología es la habilidad para crear una forma reproducible capaz de generar bienes, procesos o servicios nuevos y mejorados” posibilitando una mejor relación respecto a las necesidades de los clientes. La tecnología “es un medio importante para una empresa que le permite entregar a sus clientes bienes y servicios” de forma rápida y eficaz (p. 126).

El otro concepto de interés en el presente estudio es el de “Satisfacción del cliente”, el cual se midió mediante los constructos Capacidad de respuesta, Comunicación, y Percepción selectiva. De acuerdo al autor D. Keith Denton (1991) “las compañías que sí se enfocan en la satisfacción de los clientes son aquellas que han definido la calidad de forma operativa” (p. 19), este libro se basa en la relación de diversas empresas en cuanto a los principios que tienen en común. Además, éstas presentan como filosofía común la inversión en la satisfacción al cliente, siendo ella su meta corporativa.

Adicionalmente, Jacques Horovitz (2011) considera que “la excelencia se centra en un coeficiente de calidad que se deriva de la relación entre el valor obtenido y el precio que se ha pagado”. El autor indica que, el competir a través de un buen servicio y favorecer de esta manera la satisfacción de los clientes, hace del servicio una estrategia diferente para una empresa porque se estaría marcando la diferencia.

Para Hill y Jones (2015), la capacidad de respuesta es “el tiempo de respuesta a los clientes, es decir el tiempo que se requiere para entregar un bien o prestar un servicio” (p. 91). Esto debe ser realizado con el objetivo de “identificar y satisfacer las necesidades de estos de una mejor manera en comparación a los competidores” (p. 91). Como consecuencia de ello se deben “alcanzar una calidad e innovación superiores ya que es parte de tener una respuesta acorde a los deseos y necesidades de los clientes” (p. 91).

Con relación al segundo concepto que mide la “Satisfacción del cliente”, Robins (2015) considera que la comunicación dentro de una organización se define como formal o informal. “La comunicación formal es aquella que tiene lugar por los acuerdos de trabajo organizacionales prescrito. [...] La comunicación informal es comunicación organizacional no definida para la jerarquía estructural de la organización” (p. 323). El autor indica que la comunicación es parte de las estrategias empleadas por las empresas. Esta comunicación debe ser realizada de forma personalizada hacia receptor del bien o servicio. Para la presente investigación, este concepto se concentra en la manera de respuesta con respecto al tipo de cliente.



En cuanto al tercer concepto propuesto, es decir la Percepción selectiva, que serviría para medir la “Satisfacción del cliente”, Judge y Robbins (2013) señalan que “Los receptores en el proceso de la comunicación observan y escuchan en forma selectiva tomando como base sus necesidades, motivaciones, experiencias y otras características personales. Los receptores también proyectan sus intereses y expectativas en la comunicación” (p. 352).

A continuación, se procede a definir algunos conceptos que servirán como soporte en la presente investigación. Los conceptos en mención serán el de Aeropuerto, Contrato de concesión, Dirección general de aeronáutica civil, inspección de seguridad, parte aeronáutica, plataforma, puesto de estacionamiento de una aeronave, puesto de inspección, gestión operativa, y finalmente zona restringida.

Un aeropuerto o aeródromo consiste en el área definida de tierra o agua, que incluye todas sus edificaciones, instalaciones y equipos, destinada a la llegada, la salida y el movimiento de aeronaves, pasajeros o carga en su superficie. Los aeródromos son públicos o privados. Son aeródromos públicos los que están reservados al uso público, los demás son privados. En esta línea, aeropuerto es el aeródromo de uso público que cuenta con edificaciones, instalaciones, equipos y servicios destinados de forma habitual a la llegada, la salida y el movimiento de aeronaves, pasajeros y carga en su superficie. Las áreas que lo forman son intangibles, inalienables e imprescriptibles y las áreas próximas son de dominio restringido. Son aeropuertos internacionales aquellos aeródromos públicos destinados al ingreso o la salida del país de aeronaves, donde se prestan normalmente servicios de aduana, sanidad, migraciones y otros complementarios. (Ley 27261, Ministerio de Transporte y comunicaciones).

En lo que concierne al contrato de concesión, para Gastaldi (2012), es “aquel mediante el cual una parte concede la autorización a otra para la explotación de un servicio que le compete y desea prestar a terceros, obligándose a la otra parte a realizar tal explotación en su propio nombre, por su cuenta y riesgo, por tiempo limitado y bajo el control de aquella”

En cuanto al significado de “La Dirección General de Aeronáutica Civil (DGAC)”, este es un órgano de línea de ámbito nacional que ejerce la autoridad Aeronáutica civil en el Perú y se encarga de promover, regular y administrar el desarrollo de las actividades del transporte aéreo dentro de nuestro territorio (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

Con respecto a la Inspección de seguridad, esta consiste en la aplicación de medios técnicos o de otro tipo destinados a identificar o detectar armas, explosivos u otros artefactos peligrosos que pueden utilizarse para cometer actos de interferencia ilícita (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

Con relación a la parte aeronáutica, consiste esta en el área de movimiento de un aeródromo y de los terrenos y edificios contiguos o las partes de los mismos, cuyo acceso es controlado (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

Por otro lado, la Plataforma es el área definida en un aeródromo terrestre, destinada a las aeronaves, para los fines de embarque y/o desembarque de pasajeros, de correo o carga, abastecimiento de combustible, estacionamiento o mantenimiento (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

Otro concepto base es el de Puesto de estacionamiento de una aeronave, el cual consiste en el área designada en una plataforma, destinada al estacionamiento de una aeronave.

Existen puestos de estacionamiento de tres tipos:

- **Puesto de Contacto:** puesto contiguo al terminal para el embarque y/o desembarque de pasajeros que se realiza exclusiva y necesariamente a través de los PLB's.
- **Puesto Remoto:** cuando la posición no es adyacente al Terminal. Para el caso de embarque y/o desembarque de pasajeros, este se realiza mediante un servicio alternativo a los PLB's (buses).
- **Puesto adyacente:** puesto adyacente al terminal que no cuenta con un PLB, cuyo embarque y/o desembarque de pasajeros se ejecuta a través de senderos peatonales en la plataforma.

(MTC, Dirección de aeronautica civil)

Con relación al Puesto de inspección, este es el lugar donde se aplican los medios técnicos o de otro tipo orientados a identificar o detectar armas, explosivos u otros artefactos peligrosos que pudieran utilizarse para cometer actos de interferencia ilícita (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

En lo que concierne a la Gestión operativa, esta actúa de forma eficiente monitoreando constantemente los resultados de mediciones de tiempo en los procesos claves del flujo de clientes y generando de esta manera mejoras para incrementar la satisfacción de los mismos y así mantener la eficiencia en el uso del espacio y del tiempo.

Finalmente, la Zona Restringida es la parte aeronáutica de un aeródromo cuyo acceso es controlado para garantizar la seguridad de la aviación civil. Dicha zona normalmente incluirá, entre otras cosas, todas las áreas de salida de pasajeros entre el punto de inspección y la aeronave, los locales de preparación de embarque del equipaje, los depósitos de carga, los centros de correo, los servicios de provisión de alimentos en la parte aeronáutica y los locales de limpieza de las aeronaves (MTC, Dirección de aeronáutica civil).

## **Marco Conceptual**

### **Gestión operativa.**

La gestión operativa en el presente trabajo está considerada como la agrupación de los conceptos de seguridad, infraestructura y Tecnologías de la información.

### **Seguridad.**

La seguridad será medida en términos de la confiabilidad, la afabilidad o buen trato, el conocimiento o preparación del personal y la experiencia del cliente.

### **Confiabilidad.**

La confiabilidad puede medirse objetivamente con factores como la llegada a tiempo, retrasos y cancelaciones, quejas y mal manejo. Sin embargo, la confiabilidad percibida por los individuos puede ser diferente de las medidas objetivas, lo que puede deberse en parte a la heurística (descubrimiento) de la disponibilidad. Esta heurística indica que la gente estima la

frecuencia o la probabilidad de un evento (en este caso, un retraso o una cancelación) según la facilidad con la que se pueden recordar las instancias o asociaciones (Stone, 2016).

No obstante, es difícil definir la percepción de confiabilidad y es probable que difiera entre individuos, parece tener un gran impacto en las impresiones de los viajeros sobre el servicio de un aeropuerto. Las referencias a la confiabilidad en los pequeños aeropuertos se enfocan en los retrasos y cancelaciones, y no en las quejas sobre el servicio o el mal manejo (Stone, 2016). Por otra parte, Sricharoenpramong (2018) considera que la confiabilidad es la capacidad de realizar el servicio prometido de forma fiable y precisa. El servicio se realiza correctamente en la primera ocasión, los registros están actualizados y los horarios se mantienen. La efectividad confiable del servicio es la expectativa de los clientes de que el servicio debe completarse puntualmente y generalmente sin errores en todos los vuelos.

#### *Afabilidad.*

Según Sricharoenpramong (2018) la prestación de atención, así como la atención individualizada a los clientes, que incluye acercarse rápidamente a los mismos y hacer un esfuerzo para comprender las necesidades individuales de los clientes, tiene que ver con la capacidad empática. El nivel de preocupación entre el personal de servicio y los pasajeros es importante. Es necesario que entre ellos se deban escuchar y comprender, así como, la atención debe ser individualizada y amable. La comunicación y el trato deben ser percibidos como agradables por parte de los clientes.

#### *Conocimiento.*

Entendiéndose al conocimiento como el cúmulo de hechos, información y habilidades adquiridas por una persona a través de la experiencia o la educación. Para Atalay y Sarvan (2014), la gestión de este surge como una coordinación y gestión deliberadas de los procesos del conocimiento, y argumenta que el objetivo final de la gestión del conocimiento es crear nuevos conocimientos y hacer innovaciones para obtener una ventaja competitiva. Por lo tanto, la gestión del conocimiento es un proceso que ayuda a definir, seleccionar, organizar, difundir y transferir la información y los conocimientos críticos que residen en la organización de manera no estructurada, como una parte importante de la memoria de la organización. Este proceso permite la resolución eficaz y eficiente de problemas, el aprendizaje dinámico, la planificación estratégica y la toma de decisiones. Dado que la gestión del conocimiento se centra en definir y revelar el conocimiento, hace posible el intercambio formal y el uso recurrente del conocimiento.

El conocimiento puede fluir bajo tres procesos conocidos como la transferencia, la transformación y la recolección. La transferencia del conocimiento es un movimiento de conocimiento actual entre las empresas matrices y de las empresas matrices a las empresas conjuntas internacionales. Este movimiento puede llevarse a cabo mediante actividades como la compra de tecnología, la copia de la tecnología del socio mediante la imitación, el uso de la guía del socio para cambiar la tecnología actual o la transferencia del personal. Por otro lado, la transformación del conocimiento es una contribución de las empresas conjuntas internacionales al conocimiento actual al integrarlo e implementarlo, o la generación de nuevo conocimiento a través de la acción conjunta. La transformación del conocimiento puede tener lugar potencialmente

cuando los empleados se encuentran en situaciones nuevas o cuando están expuestos a nuevas ideas. Finalmente, la recolección del conocimiento es el flujo de conocimiento recién generado o transformado en las empresas conjuntas internacionales a las empresas matrices para ser utilizado en sus propias actividades internas o en sus otras alianzas (Atalay & Sarvan, 2014).

#### *Experiencia.*

Considerándose a la experiencia como el evento vivido del cual se generó un aprendizaje, Alards et al. (2014) descubrieron que, si bien todas las formas de justicia estaban correlacionadas positivamente con la satisfacción del cliente, la justicia, en particular, que implica los procesos mostraba la relación más sólida. La percepción del profesionalismo del personal de seguridad, es decir, la idoneidad y el cumplimiento de las normas en cuanto a los comportamientos del personal de detección de seguridad se correlacionan positivamente con las intenciones de la planificación. En esencia, si los encuestados consideran que el profesionalismo del personal de seguridad es alto (es decir, un alto nivel de justicia en los procedimientos), también observan que las medidas de seguridad que se aplican son una gran contribución a su seguridad en términos globales.

La injusticia reportada cuando se trata con personas en una posición de poder administrativo en general implica un tratamiento irrespetuoso. Sin embargo, cuando se retiene un aspecto de la justicia, las personas tienden a percibir que su trato fue justo. Por ejemplo, un evento desfavorable, como el ser seleccionado al azar para una evaluación de seguridad puede resultar en satisfacción siempre que el tratamiento interpersonal (es decir, la justicia en el proceso) se considere satisfactorio. La seguridad como un factor que es muy importante para determinar la satisfacción y las intenciones de desarrollo se ven afectados negativamente por el aumento de los sentimientos de humillación, o amenaza a la dignidad, una situación que debe tenerse en cuenta para la capacitación del personal de seguridad de un aeropuerto (Alards et al., 2014).

#### ***Infraestructura.***

La infraestructura será medida en términos de la confortabilidad (buen lugar) y la comodidad experimentada por los clientes.

#### *Confortabilidad.*

Considerando a la confortabilidad como el grado de confort o la sensación de comodidad en relación a algo en específico (tangible). Sricharoenpramong (2018) habla de los tangibles y los considera como la apariencia de las instalaciones físicas, herramientas y equipos utilizados para prestar un servicio; así como, la apariencia del personal y los materiales de comunicación, incluida la limpieza.

#### *Comodidad.*

La evaluación de las condiciones de comodidad requiere la investigación sobre la experiencia inmediata de los ocupantes de un determinado ambiente. Es necesario destacar el considerable impacto que las condiciones climáticas pueden tener en las condiciones de comodidad (tranquilidad física, o ausencia de alguna penuria) en ciertas instalaciones, así como la influencia de la percepción térmica de transición según la evaluación de los ocupantes de los ambientes interiores, especialmente cuando estos se visitan temporalmente (Kotopouleas & Nikolopoulou, 2018).

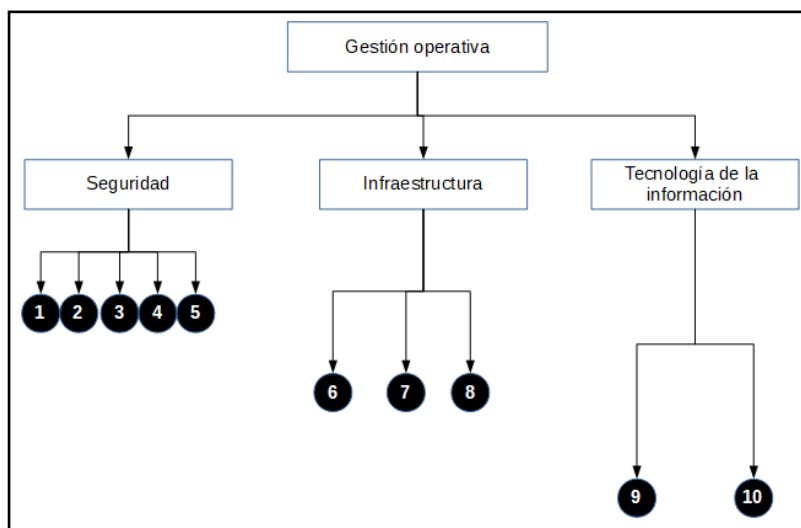
**Tecnología de la información.**

Las tecnologías de la información serán medidas en términos de su accesibilidad (facilidad para contar con su ayuda).

*Accesibilidad.*

Para Bao, Hua, y Gu (2016), la accesibilidad es un indicador importante que refleja el grado de dificultad que tienen los viajeros para acceder al destino. El mayor nivel de accesibilidad del aeropuerto indica que las instalaciones de transporte terrestre del aeropuerto son mejores y que los pasajeros pueden acceder al aeropuerto de manera más conveniente. Los estudios han demostrado que la accesibilidad al aeropuerto es uno de los factores importantes que afectan en la decisión de los viajeros en el momento de elegir el transporte aéreo. En una misma zona, los aeropuertos de alto nivel de accesibilidad son los más competitivos. Por lo tanto, medir con precisión el nivel de accesibilidad del aeropuerto y cuantificar la relación que tiene con la competitividad del aeropuerto puede ayudar al departamento de planificación a posicionar razonablemente la naturaleza del mismo, planificar científicamente la escala de su desarrollo y también puede potenciar efectivamente al departamento de gestión para mejorar el nivel de servicio de transporte externo al aeropuerto para mejorar su posición en el mercado.

**Figura 1.1 Red de conceptos de la variable Gestión operativa**



**Elaboración: propia.**

La figura muestra los conceptos o constructos asociados a Gestión operativa. La red de conceptos construida para el presente estudio se basa en el trabajo realizado por Cronbach y Meehl (1955) en donde se pretende representar de manera gráfica el marco teórico que se quiere medir a fin de proporcionar evidencia sobre la validez de constructo. Adicionalmente se indican los números de las preguntas que miden los citados conceptos en el instrumento construido para la presente investigación (ver Anexo N° 02).

**Satisfacción del cliente.**

La variable satisfacción del cliente será medida mediante los conceptos capacidad de respuesta, comunicación y percepción selectiva.

***Capacidad de respuesta.***

La capacidad de respuesta será medida en términos del tiempo de resolución (buena información) y la flexibilidad en las acciones para la resolución de problemas.

*Tiempo de resolución.*

Para Sricharoenpramong (2018) la capacidad de respuesta tiene que ver con la voluntad de ayudar a los clientes y de brindar un servicio rápido. En cuanto a Advani (1999), la capacidad de respuesta hacia los pasajeros consiste en la decisión de un aeropuerto de adoptar una cultura de gestión que enfatiza el servicio a los pasajeros. Esta concepción se deriva de la teoría de la gestión llamada "orientación de mercado", que es un medio bien probado y preciso para evaluar conceptos amorfos como la cultura organizacional y la filosofía de gestión. En tal sentido, la medida de la respuesta del pasajero se basa en: a) la recopilación de la información sobre las preferencias de los pasajeros (encuestas realizadas por la compañía aeroportuaria), b) la difusión de la información dentro de la organización (las quejas entre la alta dirección y los trabajadores del aeropuerto), y c) la actuación de la administración del aeropuerto en razón a la información (la respuesta oportuna a las preferencias y quejas).

*Flexibilidad.*

Según Magalhães, Reis, y Macário (2015), la flexibilidad es la capacidad de una infraestructura para ser lo más cambiante posible, es decir, se adapta a las necesidades futuras con una inversión mínima manteniendo sus resultados de productividad. Por lo tanto, la flexibilidad está estrechamente relacionada con la optimización de la inversión y la productividad de la infraestructura al reducir la inactividad. Además, la flexibilidad se puede aplicar a todos los niveles, desde el estratégico al operativo, y para cada nivel se requieren diferentes opciones flexibles.

En teoría, las ventajas de la flexibilidad para infraestructuras con ciclos de vida prolongados, como los aeropuertos, están relacionadas con la capacidad, la adaptación de funciones y procesos para responder con rapidez y con mínimos costos a las nuevas necesidades. En este sentido, los diseños flexibles incorporan capacidades para adaptarse fácilmente a diferentes escenarios. En otras palabras, la infraestructura tiene la capacidad integrada de adaptar o cambiar su función cuando es necesario. Además de la posibilidad de mantener los costos al mínimo, se espera que la flexibilidad mantenga los niveles de productividad del sistema satisfactorios frente a los cambios externos, siendo esta su ventaja clave (Magalhães et al., 2015).

***Comunicación.***

La comunicación será medida en términos de la cortesía (buen trato), la credibilidad y satisfacción en las respuestas y la claridad en la información.

*Cortesía.*

Considerando a la cortesía como la muestra de una atención y educación especial en la actitud y el comportamiento hacia los demás, específicamente en un aeropuerto hacia a los clientes. Esta característica debe estar presente como competencia del personal de seguridad, de igual manera en el personal que presta servicios de asistencia en tierra y por último en el personal

que está en contacto con la gente que presta servicios no relacionados al aspecto aéreo (Pabedinskaitė & Akstinaitė, 2014).

*Credibilidad.*

La información proporcionada a los clientes debe ser creíble y aceptable por ellos. La información en relación a los vuelos debería visualizarse en pantallas. De igual manera el número de pasajeros en las horas pico, así como la cantidad de estos por cada punto de información en los momentos de congestión de gente. Es importante también que la señalización sea adecuada para facilitar el modo de encontrar los servicios ofrecidos. Finalmente, deben ser visibles los centros de reclamo (Trischler & Lohmann, 2018).

*Claridad.*

En el libro, “Understanding Human Behavior and the Social Environment”, Zastrow y Ashman (2001) señalan que la comunicación efectiva es un proceso importante en la vida cotidiana. Las personas deben poder comunicarse efectivamente entre sí, tanto a nivel personal como organizacional. Las fallas en los procesos de comunicación pueden llevar a malentendidos no tan graves, pero también a desastres. Para facilitar una comunicación efectiva, es necesario entender cómo funciona el proceso. En su modelo más básico, la comunicación bidireccional implica un remitente, un mensaje y un receptor. En algunos procesos de comunicación, la comunicación puede ser unidireccional, pero también puede ser bidireccional.

Cuando la comunicación efectiva funciona, lo que el receptor decodifica es precisamente lo que envía el remitente. Se puede producir una falla en el proceso de comunicación si el mensaje deseado no fue codificado o decodificado correctamente. Los comentarios pueden tomarse de manera incorrecta, un cumplido puede ser tomado como un insulto o una broma puede ser interpretada como algo negativo. También pueden haber barreras en el proceso de transferencia; las cuales pueden incluir el ruido, múltiples comunicaciones, fatiga, estrés, distracciones, mensajes incompletos, una redacción ambigua, falta de credibilidad, falta de simpatía, pensar en términos personales, jergas, situaciones aburridas, falta de una experiencia común, confusión entre el símbolo y el objeto simbolizado, el uso excesivo de abstracciones, interferencias fisiológicas, psicológicas y ambientales (Zastrow & Ashman, 2001).

***Percepción selectiva.***

La percepción selectiva es medida en función a la satisfacción generada por el nivel del servicio recibido.

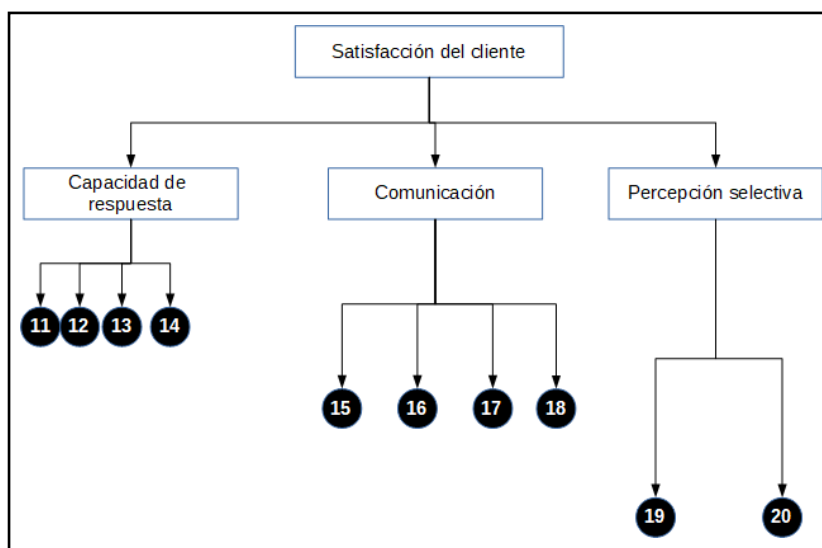
*Nivel de servicio.*

De Barros, Somasundaraswaran, y Wirasinghe (2007) recurrieron en su investigación a un grupo de personas que debían calificar la calidad del servicio en cada instalación usando un número entero con el objetivo de encontrar una correlación lineal entre la clasificación general de las instalaciones del aeropuerto y sus clasificaciones individuales. Se utilizó la regresión lineal en este análisis encontrándose como el mejor modelo al que incluía las siguientes variables o factores: Disponibilidad de asientos en zona de transferencia, calidad de orientación / señalización / direcciones, disponibilidad de agua potable, calidad de la información de audio / personal de

información, calidad de las pantallas de información de vuelo, cortesía / amabilidad del personal de seguridad.

El factor correspondiente a la cortesía / amabilidad del personal de seguridad resultó siendo el más importante (coeficiente más alto en el modelo lineal). Es decir, los pasajeros de Bandaranaike International Airport en Sri Lanka valoraban mucho el trato que recibían del personal del control de seguridad. Los factores calidad del sistema de pantallas de información de vuelo y el sistema de orientación también mostraron ser de gran importancia para el traslado de pasajeros (De Barros et al., 2007).

**Figura 1.2 Red de conceptos de la variable satisfacción del cliente**



Elaboración: propia.

La figura muestra los conceptos o constructos asociados a Satisfacción del cliente. Adicionalmente se indican los números de las preguntas que miden los citados conceptos en el instrumento elaborado (ver Anexo N° 02).

## Formulación del problema

### Problema general.

¿Existe una relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en el Sector de Transporte Aéreo en Lima-Perú 2018?

### Problemas específicos.

- ¿Cuál es la vinculación entre la gestión operativa y la capacidad de respuesta en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?



- ¿De qué manera la gestión operativa y la comunicación se relacionan en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?
- ¿La gestión operativa y la percepción selectiva presentan una correlación estadísticamente significativa en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?
- ¿Las variables, la satisfacción del cliente y la seguridad del cliente, se corresponden mutuamente en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?
- ¿El vínculo entre la satisfacción del cliente y la infraestructura es significativo en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?
- ¿Se observa una correspondencia entre la satisfacción del cliente y la tecnología de la información en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?

## Objetivos

### Objetivo general.

Describir y explicar como la Gestión operativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.

### Objetivos específicos.

- Analizar cómo se vinculan la gestión operativa con la capacidad de respuesta en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Evaluar la manera en que la gestión operativa y la comunicación se relacionan en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Determinar desde el punto de vista estadístico si la gestión operativa y la percepción selectiva se correlacionan en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Examinar la correspondencia entre la satisfacción del cliente y la seguridad del mismo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Explorar la vinculación entre la satisfacción del cliente y la infraestructura en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Averiguar si la relación que existe entre la satisfacción del cliente y la tecnología de la información es significativa en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.

## Hipótesis

### Hipótesis general.

La gestión operativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.

### Hipótesis específicas.

- La gestión operativa se vincula con la capacidad de respuesta en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.

- Se relacionan significativamente la gestión operativa y la comunicación en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- Las variables, la gestión operativa y la percepción selectiva, se corresponden estadísticamente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- La satisfacción del cliente está ligada a la seguridad del mismo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- El vínculo entre la satisfacción del cliente y la infraestructura es estadísticamente significativo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.
- La satisfacción del cliente está atada estadísticamente a la tecnología de la información en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.

## CAPÍTULO II: METODOLOGÍA

### Tipo de Investigación

La investigación es básica y de enfoque cuantitativo, basado en los autores Hernández, Fernández y Baptista (2010) en donde se puede concluir que se relacionan las variables para obtener proposiciones precisas de las cuales se hacen las recomendaciones específicas para obtener un reporte con resultados aplicables a una población más amplia y brindar nueva información para la posterior solución del problema con el objetivo de ayudar en la toma de decisiones. El diseño de la investigación fue no experimental ya que solo las respuestas se analizan. Cuando el investigador no asigna a los sujetos de estudio a grupos (control y experimental) y solo se limita a observar en clases ya existentes buscando posibles relaciones, entonces no se está ante un verdadero experimento (McBurney & White, 2009). Además, el estudio es de corte transversal debido a que se escogió realizar las encuestas en un día determinado. Las encuestas que recolectan datos en un momento determinado como si se tratasen de fotografías se conocen con el nombre de encuestas de corte transversal (Lavrakas, 2008).

La investigación es además correlacional debido a que se busca averiguar si ambas variables se relacionan entre sí, siendo una variable dependiente y la otra la variable independiente. “Este tipo de estudio tiene la finalidad de conocer la relación entre dos variables, las que se miden previamente, y después se analiza la vinculación entre ellas para luego proponer una hipótesis y ser ésta sometida a prueba” (Hernández, Fernández y Baptista 2010, p.81). Esta información permite conocer la realidad de la Gestión Operativa y la Satisfacción del Cliente en el Sector de transporte Aéreo en Lima Perú, para luego utilizar la información anteriormente obtenida para contrastarla con la realidad actual.

### Población y Muestra (Materiales, instrumentos y métodos)

La población de la presente investigación está conformada por todos los pasajeros de la aerolínea Peruvian Airlines que consta de 90 pasajeros. Para el estudio se decidió tomar como muestra a los pasajeros de un vuelo doméstico con destino a Cusco. Fueron encuestadas en el citado vuelo 90 personas (usuarios mayores de edad del sector de transporte aéreo) mediante un cuestionario que constó de 20 preguntas. La muestra en cuestión fue no probabilística. El muestreo no probabilístico es una técnica que consiste en recolectar a las unidades de la muestra, sin embargo, éstas no tienen la misma probabilidad de ser elegidas de la población. Los tipos de muestreo no probabilístico pueden ser accidental e intencional. Para la presente investigación, la muestra elegida es no probabilística intencional (Trochim, Donnelly, & Arora, 2015).

### Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos

La técnica empleada en la recolección de datos es la encuesta, la investigación documental o bibliográfica y la entrevista. El instrumento a emplear será el cuestionario, para ello utilizaremos la escala de Likert. Una encuesta se puede realizar a través de un cuestionario con el

objetivo de obtener respuestas a las mismas preguntas dentro de un gran número de personas para permitir al investigador no solo describir sino también comparar, relacionar una característica con otra y demostrar que ciertas peculiaridades existen en ciertas categorías (Bell, 2010).

**Tabla 2.1 Técnicas e instrumentos de recolección y análisis de datos**

TÉCNICA	JUSTIFICACIÓN	INSTRUMENTO	APLICADO EN:
Encuestas	Obtener la información directa de los usuarios del sector de transporte aéreo.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuestionario.</li> <li>• Escala</li> <li>• Lapiceros.</li> </ul>	Usuarios del sector de transporte aéreo.

**Elaboración: propia.**

## Procedimiento

a. Para esta investigación, se procedió a revisar la literatura en donde se contemplaron problemas similares al del presente estudio, es decir, en libros y tesis con el fin de elaborar los instrumentos.

b. Se recolectó los datos encuestando a usuarios de terminales del sector de transporte aéreo, para formar la base de datos.

c. Se estableció la calidad del instrumento de medición a través del juicio de expertos (V de Aiken) y la confiabilidad (Alfa de Cronbach).

d. Se usó la estadística (análisis de normalidad) para determinar si en la evaluación se debían usar estadísticos paramétricos o no paramétricos.

e. Se eligió como nivel de significación  $\alpha = 0.05$  como probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula (Error tipo I).

f. Se encontraron los estadísticos descriptivos de las variables de interés del presente estudio (medidas de tendencia central y medidas de dispersión).

g. Se procedió a realizar las pruebas de hipótesis con el objetivo de establecer las relaciones entre las variables de la investigación.

h. Se analizaron los resultados y luego se pasó a contestar las preguntas de la investigación.

i. Finalmente, se establecieron las conclusiones y recomendaciones.

## CAPÍTULO III: RESULTADOS

### Validación de expertos

En la validez del contenido se determina mediante acuerdo de expertos, también conocido como dominio medido, determina la estratificación de la validez del contenido.

Donde  $V$  es el índice de validez del ítem;  $s$  es la puntuación asignada por cada evaluador menos la puntuación más baja en la categoría utilizada,  $n$  es el número de calificadores; y  $c$  es el número de categorías que los evaluadores pueden elegir. El valor del índice  $V$  varía de 0 a 1. Cuanto más cerca esté un elemento de 1, mejor será, porque es más relevante para el indicador. (Retnawati, 2016).

**Tabla 3.1 Tabla de validación del instrumento por expertos**

<b>V DE AIKEN</b>					
Preguntas	MG. NEGREIROS	MG. RONDÓN	MG. CALDERÓN	Suma	V
1. ¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	1	1	1	3	100%
2. ¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	1	1	1	3	100%
3. ¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	1	1	1	1	100%
4. ¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	0	1	1	2	67%
5. ¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	1	1	1	3	100%
6. ¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	1	1	1	3	100%
7. ¿El instrumento de medición contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	1	1	1	3	100%
8. ¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	1	1	1	3	100%
				96%	

**Elaboración: propia.**

El número uno en la Tabla n° 2 hace referencia al acuerdo presentado por el experto en relación a determinada pregunta. Por otro lado, el número cero muestra su desacuerdo. El índice propuesto por Aiken muestra un  $V= 0,96$  (96 %) lo cual señala que el instrumento es válido, es decir mide el constructo o concepto para el cual ha sido diseñado.

## Confiabilidad

**Tabla 3.2 Estadística de fiabilidad**

<b>Prueba de confiabilidad de Gestión Operativa más Satisfacción del cliente</b>	
Alfa de Cronbach	0,8

### Elaboración: propia

Se aprecia que al analizar la confiabilidad se ha obtenido 0,821 lo que muestra que el instrumento es bueno o aceptable en relación a su consistencia interna («Cronbach's Alpha», 2018).

**Tabla 3.3 Estadística de elementos**

	Media	Mínimo	Máximo	Rango	Máx/mín	Varianza	N° de elementos
Medias de Elementos	3,837	2,311	4,189	1878	1,813	,180	20
Varianzas de Elementos	,524	,248	,932	,684	3,755	,036	20

### Elaboración: propia

La tabla muestra los estadísticos el estadístico de tendencia central (Media), la dispersión (Rango y Varianza) y los valores extremos.

**Tabla 3.4 Estadísticas de Escala**

Media	Varianza	Desviación estándar	N° de elementos
76,73	46,715	6,835	20

### Elaboración: propia

La tabla muestra el estadístico de tendencia central (Media) y la dispersión de datos entorno a él (varianza y desviación estándar).

**Tabla 3.5 Estadísticos descriptivos de Gestión Operativa.**

n	Promedio	Desviación	Mediana	Mínimo	Máximo	Rango
---	----------	------------	---------	--------	--------	-------

Estándar						
90	38,79	4,21	38,5	30	47	17

**Elaboración: propia.**

La tabla muestra que las medidas de tendencia central de los 90 pasajeros encuestados con respecto a la Gestión Operativa corresponden a 38,79 y 38,5; siendo éstos el promedio y la mediana respectivamente. El puntaje de Gestión Operativa oscila entre 30 y 47; mientras que la desviación típica es de 4,21.

**Tabla 3.6 Estadísticos descriptivos de la Satisfacción del cliente.**

n	Promedio	Desviación Estándar	Mediana	Mínimo	Máximo	Rango
90	37,94	3,29	38	26	43	17

**Elaboración: propia.**

La tabla muestra que las medidas de tendencia central de los 90 pasajeros encuestados en relación a su satisfacción corresponden a 37,94 y 38,0; siendo éstos el promedio y la mediana respectivamente. El puntaje de la Satisfacción del cliente oscila entre 26 y 43; mientras que la dispersión de los datos se ve representada mediante la desviación típica de 3,29.

## Análisis Descriptivo

### Gestión Operativa

**Tabla 3.7 Estadística de la pregunta 1 de la encuesta.**

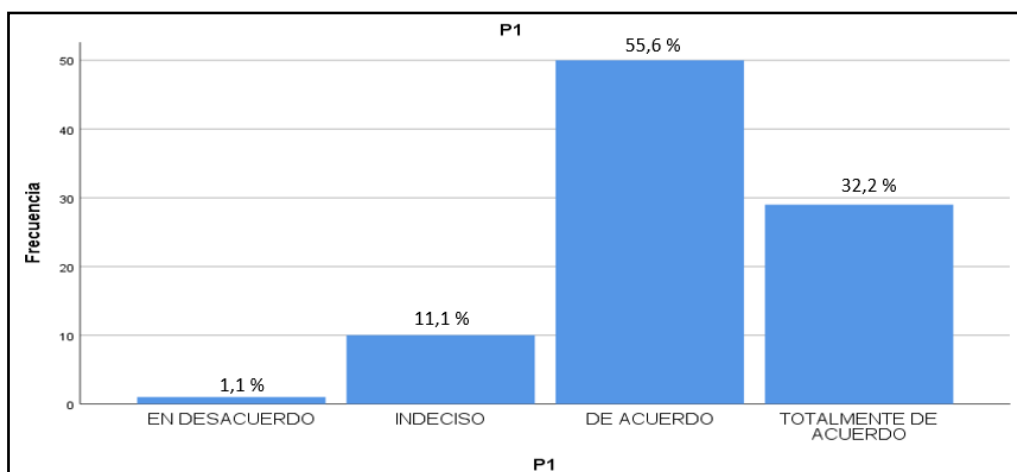
		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
	INDECISO	10	11,1	12,2
	DE ACUERDO	50	55,6	67,8
	TOTALMENTE DE ACUERDO	29	32,2	100,0
	Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

La tabla muestra que de los 90 pasajeros encuestados 50 de ellos estuvieron de acuerdo con la pregunta 1 (percepción de seguridad).



**Figura 3.1 Gráfico de barras de la pregunta 1 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

**Elaboración:** propia

Según la tabla y los gráficos, el 87,2 % de los encuestados se siente seguro con los servicios recibidos.

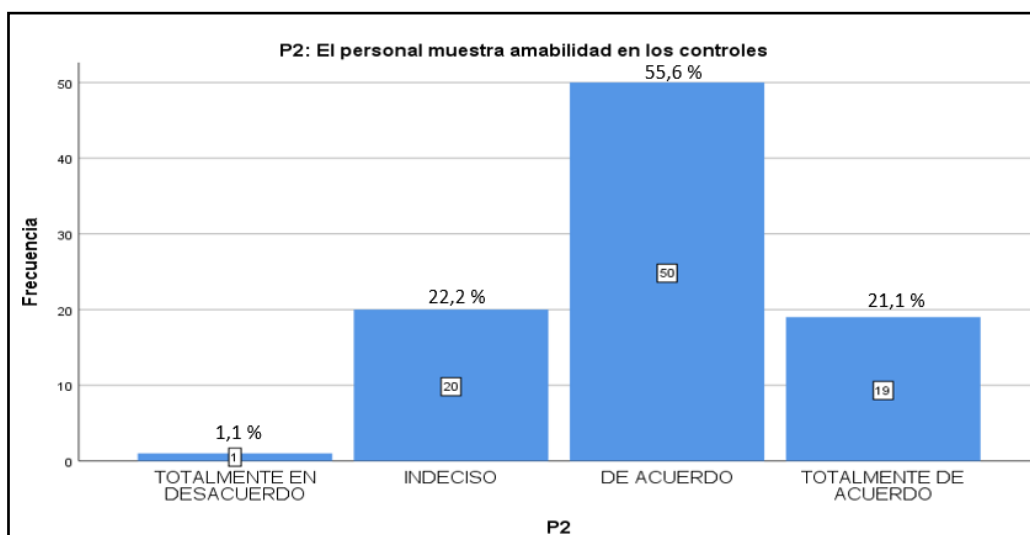
**Tabla 3.8 Estadística de la pregunta 2 de la encuesta.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	20	22,2	23,3
Válido DE ACUERDO	50	55,6	78,9
TOTALMENTE DE ACUERDO	19	21,1	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración:** propia.

La tabla muestra que el 55,6% de los encuestados (50 personas) se sienten seguras (perciben amabilidad).

**Figura 3.2 Gráfico de barras de la pregunta 2 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

**Elaboración:** propia

Según la tabla y los gráficos, el 76,7 % de los encuestados percibe amabilidad en el trato cuando pasa los controles.

### Satisfacción del cliente

**Tabla 3.9 Estadística de la pregunta 11 de la encuesta**

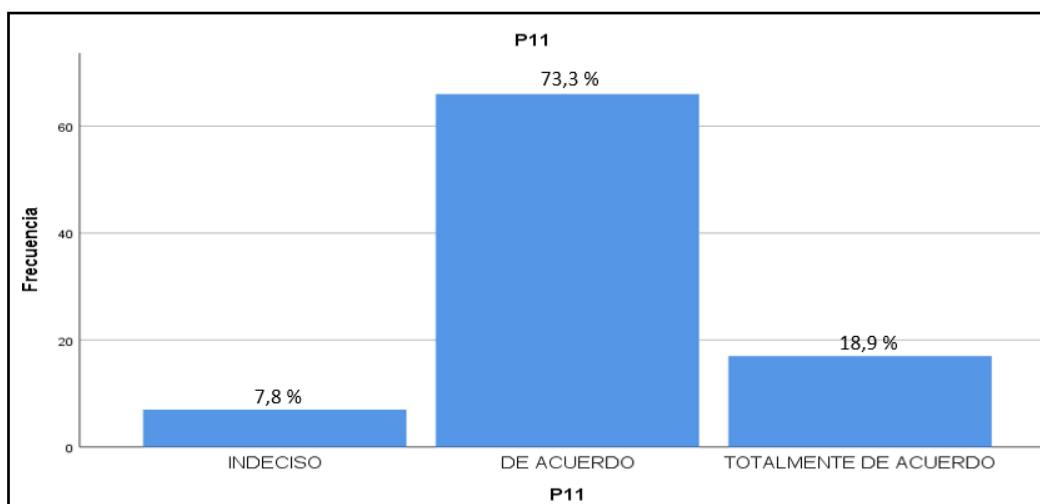
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Valido			
	7	7,8	7,8
	66	73,3	81,1
	17	18,9	100,0

Total	90	100,0
-------	----	-------

**Elaboración: propia.**

La tabla muestra que el 73,3% de los encuestados estuvo de acuerdo que la respuesta fue clara ante las interrogantes.

**Figura 3.3 Gráfico de barras de la pregunta 11 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

En esta pregunta podemos apreciar que el 92,2% de pasajeros usuarios se encuentra de acuerdo en que reciben respuesta clara ante sus interrogantes.

**Tabla 3.10 Estadística de la pregunta 12 de la encuesta**

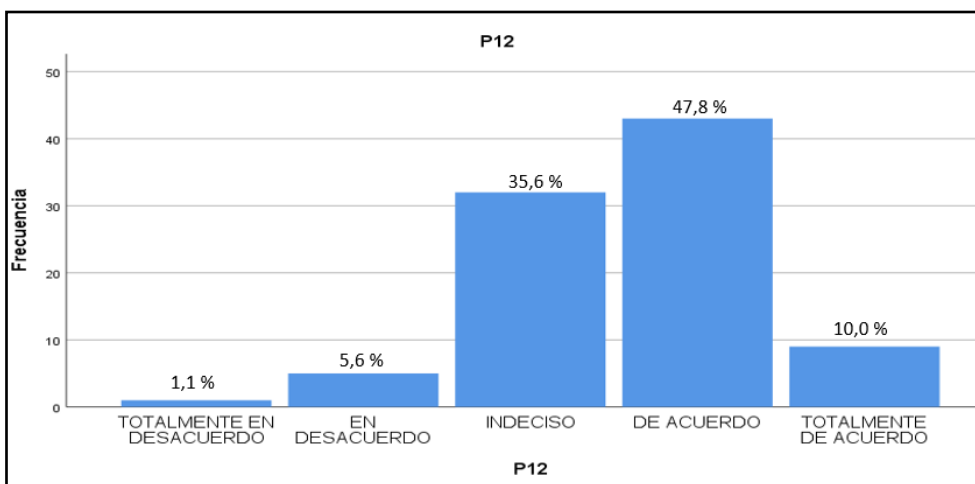
	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
EN DESACUERDO	5	5,6	6,7
Válido INDECISO	32	35,6	42,2
DE ACUERDO	43	47,8	90,0
TOTALMENTE DE ACUERDO	9	10,0	100,0

Total 90 100,0

**Elaboración: propia.**

La tabla muestra que el 47,8% de los encuestados (43 personas) estuvieron de acuerdo en que el tiempo de espera para obtener el servicio era el adecuado.

**Figura 3.4 Gráfico de barras de la pregunta 12 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

En esta pregunta podemos apreciar que un 57,8% de pasajeros usuarios aceptan que el tiempo de espera es adecuado.

## Contrastación de Hipótesis

### Análisis de normalidad

La prueba de Shapiro Wilk es muy potente para determinar la no normalidad incluso cuando la muestra es muy pequeña (menos de 20 unidades en una muestra) en comparación a otras prueba como la de Kolmogorov-Smirnov (Shapiro & Wilk, 1965).

Ho: Los datos de Gestión Operativa siguen una distribución normal.

H1: Los datos de Gestión Operativa no siguen una distribución normal.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.11 Prueba de normalidad para Gestión Operativa**

### Pruebas de normalidad

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
GO	,098	90	,033	,973	90	,060

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### Elaboración: propia

La prueba de normalidad para los datos obtenidos del instrumento que mide Gestión Operativa indica que éstos se comportan de manera normal para un nivel de significación de 0.05.

Ho: Los datos de Satisfacción del cliente siguen una distribución normal.

H1: Los datos de Satisfacción del cliente no siguen una distribución normal.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.12 Prueba de normalidad para Satisfacción del cliente**

	Kolmogorov-Smirnov <sup>a</sup>			Shapiro-Wilk		
	Estadístico	gl	Sig.	Estadístico	gl	Sig.
SATIS	,124	90	,002	,947	90	,001

a. Corrección de significación de Lilliefors

#### Elaboración: propia

La prueba de normalidad para los datos obtenidos del instrumento que mide Satisfacción del cliente indica que éstos se comportan de manera no normal para un nivel de significación de 0.05.

## Análisis de correlación

La correlación de rango de Spearman es una prueba no paramétrica que se utiliza para medir el grado de asociación entre dos variables. La prueba de correlación de rango de Spearman no asume nada en relación a la distribución de los datos y por esta razón, es el análisis de correlación apropiado cuando las variables se miden en una escala que es al menos ordinal («Correlation (Pearson, Kendall, Spearman)», s. f.).

Donde  $\rho$  es el coeficiente de correlación de Spearman,  $d_i$  es la diferencia entre los rangos de las variables correspondientes y  $n$  es el número de observaciones.

En el presente estudio se utiliza este estadístico debido a que los datos provenientes del instrumento que mide Satisfacción del cliente no son normales. En relación a los baremos para medir la fuerza del coeficiente, no existe consenso entre los investigadores (Schober, 2018).

### a. Correlación entre Gestión Operativa y Satisfacción del cliente

Ho: Las variables Gestión Operativa y Satisfacción del cliente no están relacionadas.

H1: Las variables Gestión Operativa y Satisfacción del cliente si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.13 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Satisfacción del cliente**

<b>Correlaciones</b>				
			GC	SATIS
Rho de Spearman	GO	Coeficiente de correlación	1,000	,693**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	SATIS	Coeficiente de correlación	,693**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	<u>90</u>	<u>90</u>

\*\* . La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Gestión Operativa y Satisfacción del cliente, siendo el coeficiente rho= 0.6930655, lo cual revela que la relación es fuerte.

**b. Correlación entre Gestión Operativa y Capacidad de respuesta**

Ho: Las variables Gestión Operativa y Capacidad de respuesta no están relacionadas.

H1: Las variables Gestión Operativa y Capacidad de respuesta si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.14 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Capacidad de respuesta**

<b>Correlaciones</b>				
			GC	CAPR
Rho de Spearman	GO	Coeficiente de correlación	1,000	,577**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	CAPR	Coeficiente de correlación	,577**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.

N \_\_\_\_\_

90 \_\_\_\_\_

90 \_\_\_\_\_

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Gestión Operativa y Capacidad de respuesta, siendo el coeficiente rho= 0.5768478, lo cual revela que la relación es moderada.

**c. Correlación entre Gestión Operativa y Comunicación**

Ho: Las variables Gestión Operativa y Comunicación no están relacionadas.

H1: Las variables Gestión Operativa y Comunicación si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.15 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Comunicación**

Correlaciones				
			GO	COM
Rho de Spearman	GO	Coeficiente de correlación	1,000	,624**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	COM	Coeficiente de correlación	,624**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Gestión Operativa y Comunicación, siendo el coeficiente rho= 0.6241245, lo cual revela que la relación es fuerte.

**d. Correlación entre Gestión Operativa y Percepción selectiva**

Ho: Las variables Gestión Operativa y Percepción selectiva no están relacionadas.

H1: Las variables Gestión Operativa y Percepción selectiva si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.16 Prueba de correlación para Gestión Operativa y Percepción selectiva**

Correlaciones				
---------------	--	--	--	--

			GO	PERC
Rho de Spearman	GO	Coeficiente de correlación	1,000	,168
		Sig. (bilateral)	.	,113
		N	90	90
	PERC	Coeficiente de correlación	,168	1,000
		Sig. (bilateral)	,113	.
		N	90	90

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que no existe relación entre las variables Gestión Operativa y Percepción selectiva, siendo el coeficiente rho= 0.1680577.

**e. Correlación entre Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente**

Ho: Las variables Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente no están relacionadas.

H1: Las variables Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.17 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente**

<b>Correlaciones</b>				
			SEG	SATIS
Rho de Spearman	SEG	Coeficiente de correlación	1,000	,620**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	SATIS	Coeficiente de correlación	,620**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Satisfacción del Cliente y Seguridad del cliente, siendo el coeficiente rho= 0.6198587, lo cual muestra que la relación es fuerte.

**f. Correlación entre Satisfacción del Cliente e Infraestructura**

Ho: Las variables Satisfacción del Cliente e Infraestructura no están relacionadas.

H1: Las variables Satisfacción del Cliente e Infraestructura si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).



**Tabla 3.18 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente e Infraestructura**

<b>Correlaciones</b>				
			SATIS	INF
Rho de Spearman	SATIS	Coeficiente de correlación	1,000	,576**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	INF	Coeficiente de correlación	,576**	1,000
		Sig. (bilateral)	,000	.
		N	90	90

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Satisfacción del Cliente e Infraestructura, siendo el coeficiente rho= 0.575533, lo cual muestra que la relación es moderada.

### **g. Correlación entre Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información**

Ho: Las variables Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información no están relacionadas.

H1: Las variables Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información si están relacionadas.

$\alpha = 0.05$  (probabilidad de rechazar equivocadamente la hipótesis nula).

**Tabla 3.19 Prueba de correlación para las variables Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información**

<b>Correlaciones</b>				
			SATIS	TECIN
Rho de Spearman	SATIS	Coeficiente de correlación	1,000	,383**
		Sig. (bilateral)	.	,000
		N	90	90
	TECIN	Coeficiente de correlación	,383**	1,000

Sig. (bilateral)	,000	.
<u>N</u>	<u>90</u>	<u>90</u>

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

**Elaboración: propia**

La prueba de correlación de Spearman muestra al nivel de significancia de 0.05 que existe relación entre las variables Satisfacción del Cliente y la Tecnología de la Información, siendo el coeficiente  $\rho = 0.3830907$ , lo cual muestra que la relación es débil.

## CAPÍTULO IV: DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

### DISCUSIÓN

Ante el objetivo de determinar la relación entre las variables Gestión operativa con la Satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018, se pudo encontrar que tal relación si existe y es estadísticamente significativa ante la prueba de hipótesis del estadístico no paramétrico de correlación de Spearman ya que las variables en mención no presentaron un comportamiento normal. Para evaluar la fuerza de la relación se procedió a observar el coeficiente rho, el cual mostró que tal vinculación es fuerte entre las variables de interés en el estudio. Lo encontrado concuerda con lo manifestado por Bateman y Snell (2009), en cuanto a la administración y su misión de mejorar continuamente ya que productos y servicios de alta calidad aseguran la satisfacción del cliente. Bateman y Snell (2009) defienden que la empresa debe comprometerse con tal mejora continua en la operación. En la actualidad, debido a los avances tecnológicos, los cambios se producen a un ritmo vertiginoso. Esto implica que las empresas deban de manera constante reinventarse para no perder su posición dentro del mercado.

La relación observada entre las variables Gestión operativa y Capacidad de respuesta fue significativa y moderada. Hill y Jones (2015) recuerda que, la capacidad de respuesta está en relación con el tiempo que tienen que esperar los clientes ante un requerimiento o necesidad y está ligada de manera directa a la administración. Es bastante obvio que una organización ágil en sus reacciones (procesos simplificados, protocolos establecidos) tendrá los medios necesarios para satisfacer las exigencias de sus clientes.

En lo que concierne a la relación entre la Gestión operativa y la Comunicación, en la presente investigación se pudo hallar que tal vinculación existe y es además fuerte. En este mismo sentido, Rodríguez y Zapata (2016) muestran en su estudio que mejores “servicios de información visual” así como “ambientación y limpieza”, elevaban la satisfacción del cliente. Por otra parte, Robins (2015) considera que la comunicación debe ser vista como una estrategia la cual debe ser puesta en práctica hacia el receptor del bien o servicio. La comunicación fluida entre la organización y el cliente asegura que este último conozca a cabalidad todo lo necesario para ver satisfechos sus requerimientos.

Al observar la relación entre la Gestión operativa y la Percepción selectiva, la prueba estadística arrojó que ésta no es significativa. Es decir, la administración no tiene nada que ver con la manera en la cual los receptores de la información proyectan sus intereses y expectativas tal como lo mencionan Judge y Robbins (2013) quienes indican en su investigación que el concepto de Percepción selectiva podría ser un medio para determinar la Satisfacción del cliente, sin embargo hacen hincapié en que las personas reciben la información de manera subjetiva.

Al analizar la relación entre la Satisfacción del cliente y la Seguridad, se pudo determinar que ésta es significativa y fuerte tal como lo muestra el coeficiente de correlación no paramétrico. D. Keith Denton (1991) a este respecto señala que la inversión en la satisfacción al cliente debe ser una meta corporativa. La seguridad del cliente no debería ser percibida como un gasto sino como una inversión. Guerra y Vásquez (2015) muestran en su trabajo que la calidad del servicio y la satisfacción del pasajero están definitivamente vinculadas. Es normal que, ante la percepción de riesgo, las personas eviten lo que les produce temor. Por lo tanto, es crucial que las organizaciones presten mucha atención a aquellos factores percibidos como peligrosos y que podrían alejar a los clientes.

Con relación al vínculo entre la Satisfacción del cliente y la Infraestructura, la prueba estadística informó que éste existe, pero es moderado. En el aeropuerto internacional, “El Dorado”, de Bogotá se hicieron mejoras notables en cuanto a su infraestructura, efectividad y la atención al pasajero, usuarios y clientes a nivel internacional, esto trajo como consecuencia que los índices de satisfacción del cliente suban. De igual manera, García (2012) muestra a través de su investigación que la mejora en asuntos de infraestructura, así como en la calidad del servicio de manera operativa están acordes con las nuevas tendencias comerciales en relación a los pasajeros. LAP recibió un Aeropuerto con importantes carencias a nivel de infraestructura y tecnología lo cual generaba malestar entre los pasajeros. Ante esto Andrés (2010) recomienda que para incrementar la eficiencia es necesario mejorar la capacidad aeroportuaria al menor costo posible. Una infraestructura adecuada y moderna acompañada de un servicio eficiente trae consigo comodidad y como consecuencia clientes satisfechos.

Finalmente, se pudo observar una relación significativa pero débil entre la Satisfacción del cliente y los Sistemas de Tecnología e Información. Cabe indicar que, en el Aeropuerto de Lima, los pasajeros han presentado quejas relacionadas a deficiencias, entre las cuales se puede mencionar, una mala información lo que produjo pérdidas de vuelos. En cuanto a la transmisión efectiva de información, Lima Airport Partners (LAP, 2017) en su “Memoria anual y sostenibilidad financiera 2016” señaló que los pasajeros y acompañantes sugerían mejoras en el servicio de internet.

## CONCLUSIÓN

Primero, se pudo observar que la Gestión operativa se relacionaba de manera significativa aceptando un nivel de significación de 0.05 con la satisfacción del cliente en el Sector de Transporte Aéreo en Lima-Perú 2018 y tal relación fue fuerte. Este resultado es plausible ya que la gestión operativa implica los conceptos de confiabilidad, afabilidad, conocimiento y experiencia; mientras que la satisfacción del cliente considera a conceptos como tiempo de resolución, flexibilidad, cortesía y credibilidad. Solo es posible responder de manera óptima si se posee el conocimiento y la experiencia, es decir, la relación teórica se ve confirmada a través del análisis de correlación.

Segundo, la Gestión operativa se relacionaba con la Capacidad de respuesta en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 de manera significativa pero moderada. La capacidad de respuesta tiene que ver con la entrega de información de calidad, así como la adaptabilidad ante diversas situaciones. Esto solo se logra si existe un personal debidamente entrenado.

Tercero, la Gestión operativa se relaciona con la Comunicación en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 de manera significativa y fuerte. La comunicación entre el personal y los clientes tiene que ver con el buen trato, las respuestas adecuadas y claras y finalmente, la aceptación y creencia de que la información recibida es fidedigna. Estos conceptos son compartidos igualmente con la gestión operativa, es decir, la medición confirma la relación teórica.

Cuarto, la Gestión operativa no se relaciona de manera significativa con la Percepción selectiva en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 ya que la probabilidad excede el nivel de significancia. Resulta siendo interesante que las opiniones de los consultados no converjan en un mismo sentido para confirmar la relación. Posiblemente este hecho sucede debido al carácter subjetivo en la definición de percepción selectiva (necesidades, motivaciones, experiencias personales) que se aleja de la definición concreta de gestión operativa.

Quinto, la Satisfacción del cliente se relaciona con la Seguridad del cliente en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 de manera significativa y fuerte. La seguridad contempla conceptos como la sensación de falta de riesgo, el buen trato recibido, la preparación del personal

y la satisfacción ante el servicio (experiencia del cliente). Estos constructos presentan una relación teórica que es confirmada por el análisis estadístico.

Sexto, la Satisfacción del cliente se relaciona con la Infraestructura en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 de manera significativa y moderada. La infraestructura tiene que ver con que el aeropuerto sea percibido como un buen lugar (confortable y cómodo) lo que devendrá en satisfacción por parte del cliente (servicio aceptable).

Sétimo, la Satisfacción del cliente se relaciona con la Tecnología de la Información en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018 de manera significativa, sin embargo, esta relación es débil. El constructo tecnología de la información se relaciona con las facilidades otorgadas para acceder precisamente a la información requerida. La satisfacción del cliente, por su parte, contempla una buena información, así como, la respuesta acorde a las necesidades de los clientes.

## RECOMENDACIONES

Primero, es necesario que la Satisfacción del cliente sea considerada como elemento crucial en el planeamiento de estrategias concernientes a la administración. La relación positiva observada entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente hace predecir el comportamiento de una variable respecto de la otra.

Segundo, los clientes deben recibir información válida pero también oportuna para asegurar que estos queden satisfechos ante el servicio. El personal del aeropuerto debe ser debidamente capacitado para responder ante todo tipo de requerimientos (flexibilidad) por parte de los clientes.

Tercero, la seguridad de los clientes debe ser tomada en cuenta sin importar los gastos que se tengan que realizar. Todo gasto en seguridad es una inversión ya que la prevención siempre será mejor que actuar ante los hechos ya sucedidos. La relación fuerte entre seguridad y satisfacción del cliente hace vital que no se escatimen esfuerzos para proporcionar tranquilidad a los usuarios del aeropuerto.

Cuarto, se deben hacer las inversiones económicas necesarias a fin de proporcionar confort a los clientes. Un ambiente cómodo generará una experiencia satisfactoria que el cliente en el futuro querrá repetir.

Quinto, la información debe ser suministrada por todos los medios posibles a los clientes. Por tal razón, se deben usar las tecnologías de la información para tal cometido. Es necesario que se brinden todas las facilidades a los usuarios del aeropuerto para que su experiencia sea agradable y confortable. Cuando se accede al conocimiento de una forma sencilla esto genera una sensación de satisfacción.

## BIBLIOGRAFÍA

- Advani, A. (1999). *Passenger-friendly airports: another reason for airport privatization*. Recuperado de <https://trid.trb.org/view/680630>
- Ahmed, P., Shepherd, C., Ramos Garza, L., & Ramos Garza, C. (2012). *Administración de la innovación*. México: Pearson.
- Alards-Tomalin, D., Ansons, T. L., Reich, T. C., Sakamoto, Y., Davie, R., Leboe-McGowan, J. P., & Leboe-McGowan, L. C. (2014). *Airport security measures and their influence on enplanement intentions: Responses from leisure travelers attending a Canadian University*. *Journal of Air Transport Management*, 37, 60-68. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2014.02.004>
- Atalay, M., & Sarvan, F. (2014). *Knowledge Management Processes in International Joint Ventures: A Case of an Airport Operator Firm*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 658-667. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.085>
- Bao, D., Hua, S., & Gu, J. (2016). *Relevance of airport accessibility and airport competition*. *Journal of Air Transport Management*, 55, 52-60. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.04.009>
- Bell, J. (2010). *Doing Your Research Project* (Edición: 5). Maidenhead: Open University Press.
- Brugarolas Campillos, B. (2011). *Aspectos comerciales de la competencia entre el ferrocarril y la aviación en Europa*. (Tesis de Máster), Universidad Politécnica de Cataluña, Barcelona, España.
- Correlation (Pearson, Kendall, Spearman). (s. f.). Recuperado 7 de noviembre de 2018, de <https://www.statisticssolutions.com/correlation-pearson-kendall-spearman/>
- Cronbach's Alpha. (2018, enero 29). Recuperado 6 de noviembre de 2018, de <https://www.statisticssolutions.com/cronbachs-alpha/>
- Cronbach, L., & Meehl, P. (1955). Construct Validity in Psychological Tests. *Psychological Bulletin*, 15. Recuperado de

[https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/184279/1\\_07\\_Cronbach.pdf?sequence=1](https://conservancy.umn.edu/bitstream/handle/11299/184279/1_07_Cronbach.pdf?sequence=1)

- Burgos, J., & Tudela, P. (2001). *Seguridad ciudadana en Chile: Los desafíos de la participación y la modernización para una política pública*. En F. Carrión (Ed.), *Seguridad ciudadana, ¿espejismo o realidad?*. Quito: Flacso.
- De Barros, A. G., Somasundaraswaran, A. K., & Wirasinghe, S. C. (2007). *Evaluation of level of service for transfer passengers at airports*. *Journal of Air Transport Management*, 13(5), 293-298. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2007.04.004>
- Denton, K. (1991). *Calidad en el servicio a los clientes*. Madrid: Diaz de Santos.
- Díaz Olariaga, O. (2018). *Políticas de privatización de aeropuertos. El caso de Colombia*. Documentos y Aportes en Administración Pública y Gestión Estatal, (29), 7-35. <https://doi.org/10.14409/da.v17i29.7093>
- García Calderón, P. A. (2012). *Impacto de la Concesión del Aeropuerto Internacional CAP. FAP. "Carlos Martínez de Pinillos" en el crecimiento económico y social de la provincia de Trujillo*. (Tesis de Licenciamiento), Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo, Perú.
- Guerra Pezo, R. R., & Vásquez Meléndez, N. B. (2015). *Calidad de servicio y la satisfacción del pasajero turista en el aeropuerto de Iquitos en el periodo Abril-Mayo 2015*. (Tesis de Licenciamiento), Universidad Nacional de la Amazonía Peruana, Iquitos, Perú.
- Hernández Sampieri, R., Fernández Collado, C., & Baptista Lucio, M. (2010). *Metodología de la investigación* (Quinta ed.). México: McGraw-Hill.
- Hill, C., & Jones, G. (2009). *Administración estratégica* (Octava ed.). México: McGraw-Hill.
- Judge, T., & Robbins, S. (2013). *Comportamiento organizacional* (Décimo quinta ed.). México: Pearson.
- Koontz, H., Wehrich, H., & Cannice, M. (2012). *Administración: Una perspectiva global y empresarial*. (Décimo cuarta ed.). México: McGraw-Hill.
- Kotopouleas, A., & Nikolopoulou, M. (2018). *Evaluation of comfort conditions in airport terminal buildings*. *Building and Environment*, 130, 162-178. <https://doi.org/10.1016/j.buildenv.2017.12.031>
- Labiosa, G., & Avendaño, B. (2015). *Vista de Evaluación de la satisfacción de los turistas del Aeropuerto Internacional de Tocumen enfocado al traslado terrestre desde y hacia el aeropuerto*. Universidad Tecnológica de Panamá. Recuperado de <http://revistas.utp.ac.pa/index.php/ric/article/view/448/html>
- Lavrakas, P. J. (2008). *Encyclopedia of Survey Research Methods: A-M*. SAGE. Recuperado de [https://books.google.com.pe/books?id=Lp\\_v7SrFL\\_sC&pg=PA254&dq=Experimental+and+quasi+experimental+designs+for+generalized+causal+inference&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjosYKt6vDeAhUrvlkKHb3bAxkQ6AEIWDAA#v=onepage&q=design&f=false](https://books.google.com.pe/books?id=Lp_v7SrFL_sC&pg=PA254&dq=Experimental+and+quasi+experimental+designs+for+generalized+causal+inference&hl=es-419&sa=X&ved=0ahUKEwjosYKt6vDeAhUrvlkKHb3bAxkQ6AEIWDAA#v=onepage&q=design&f=false)
- Ley 27261 - MTC. (2012). *Ley de Aeronáutica Civil del Perú*. Lima. Obtenido de [http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4\\_uibd.nsf/3595FBAA97E5A8F40](http://www2.congreso.gob.pe/sicr/cendocbib/con4_uibd.nsf/3595FBAA97E5A8F40)

5257DE8005055E4/\$FILE/Ley\_27261\_Aeron%C3%A1uticaCivilDelPer%C3%BA.pdf

- Lipovich, A. (2010). *Los Aeropuertos de Buenos Aires y su relación con el espacio Metropolitano. La inserción del subsistema aeroportuario aeroparque-Ezeiza dentro de la lógica del mercado aerocomercial y de la estructuración urbana.* (Tesis de Doctorado), Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, Argentina.
- Lima Airport Partners. (2017). *Memoria anual y sostenibilidad financiera 2016.* Lima.
- Lima Airport Partners. (2017). *Un nuevo Jorge Chávez. Informe integrado de sostenibilidad.* LAP. Recuperado de [http://s7.lima-airport.com/LAP\\_ASA/2017/docs/UN-NUEVO-JORGE-CHAVEZ-Informe-LAP-2017.pdf](http://s7.lima-airport.com/LAP_ASA/2017/docs/UN-NUEVO-JORGE-CHAVEZ-Informe-LAP-2017.pdf)
- Magalhães, L., Reis, V., & Macário, R. (2015). *Can flexibility make the difference to an airport's productivity? An assessment using cluster analysis.* *Journal of Air Transport Management*, 47, 90-101.  
<https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2015.05.003>
- McBurney, D. H., & White, T. L. (2009). *Research Methods.* Cengage Learning.
- Mendiola, A., Arévalo, G., Maratuech, P., Pérez, J., & Valencia, J. (2011). *Concesion del Aeropuerto Jorge Chávez: evaluación del valor generado.* esan ediciones. Recuperado de <https://www.esan.edu.pe/publicaciones/2011/02/18/ConcesionAeropuertoconsello31enero.pdf>
- Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (2018). *Balance de gestión 2017.* MINCETUR. Recuperado de [http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/MemoriasMincetur/Informe\\_Gestion\\_2017\\_Mincetur2.pdf](http://transparencia.mincetur.gob.pe/documentos/newweb/Portals/0/transparencia/MemoriasMincetur/Informe_Gestion_2017_Mincetur2.pdf)
- Ministerio de Transportes y Comunicaciones. (2018). *MTC.* Obtenido de [https://www.mtc.gob.pe/transportes/aeronautica\\_civil/index.html](https://www.mtc.gob.pe/transportes/aeronautica_civil/index.html)
- Münch, L. (2010). *Administración: Gestión organizacional, enfoques y proceso administrativo.* México: Pearson.
- Novoa Arévalo, S. (2003). *Aeropuerto internacional del Cuzco, Chinchero- Urubamba.* (Tesis de grado), Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.
- Ontón Sarmiento, I., Mendoza Suárez, C., & Ponce Otoya, M. (2010). *Estudio de calidad de servicio en el Aeropuerto de Lima: expectativas y percepción del pasajero turista.* (Tesis de Magister), Pontificia Universidad Católica del Perú, Lima, Perú.
- Organismo Supervisor de la Inversión en Infraestructura de Transporte de Uso Público. (2017). *Informe de desempeño. Concesión del aeropuerto internacional Jorge Chávez.* OSITRAN. Recuperado de [https://www.ositran.gob.pe/wp-content/uploads/2017/12/ID2017\\_LAP-1.pdf](https://www.ositran.gob.pe/wp-content/uploads/2017/12/ID2017_LAP-1.pdf)
- Pabedinskaitė, A., & Akstinaitė, V. (2014). *Evaluation of the Airport Service Quality.* *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 110, 398-409.  
<https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.12.884>
- Reátegui Larrea, M. V. (2018). *La calidad de servicio percibida en los usuarios en el aeropuerto alférez FAP. David Figueroa Fernandini, Huánuco 2018.* Huánuco-



- Perú. Recuperado de  
[http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1092/T047\\_73658133T.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://repositorio.udh.edu.pe/bitstream/handle/123456789/1092/T047_73658133T.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Retnawati, H. (2016). *Proving content validity of self-regulated learning scale (The comparison of Aiken index and expanded Gregory index)*. *Research and Evaluation in Education*, 2(2), 155. <https://doi.org/10.21831/reid.v2i2.11029>
- Robbins, S., & Coulter, M. (2010). *Administración* (Décima ed.). México: Pearson Educación.
- Sevilla Dávila, C. E. (2016). *La calidad de servicio y la satisfacción de los clientes de casa verde gourmet en el aeropuerto «Carlos Martínez Pinillos» Distrito de Huanchaco-2016*. Universidad Nacional de Trujillo, Trujillo. Perú. Recuperado de [http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5294/sevilladavila\\_claudia.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://dspace.unitru.edu.pe/bitstream/handle/UNITRU/5294/sevilladavila_claudia.pdf?sequence=1&isAllowed=y)
- Shapiro, S. S., & Wilk, M. B. (1965). *An Analysis of Variance Test for Normality (Complete Samples)*. *Biometrika*, 52(3/4), 591-611. <https://doi.org/10.2307/2333709>
- Schober, P., Boer, C., & Schwarte, L. A. (2018). *Correlation Coefficients: Appropriate Use and Interpretation*. *Anesthesia & Analgesia*, 126(5), 1763. <https://doi.org/10.1213/ANE.0000000000002864>
- Sricharoenpramong, S. (2018). *Service quality improvement of ground staff at Don Mueang International Airport*. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 39(1), 15-21. <https://doi.org/10.1016/j.kjss.2017.12.001>
- Stone, M. J. (2016). *Reliability as a factor in small community air passenger choice*. *Journal of Air Transport Management*, 53, 161-164. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2016.02.015>
- Summers, D. (2006). *Administración de la calidad*. México: Pearson Educación.
- Thompson, C. B., & Panacek, E. A. (2007). *Research study designs: Non-experimental*. *Air Medical Journal*, 26(1), 18-22. <https://doi.org/10.1016/j.amj.2006.10.003>
- Trischler, J., & Lohmann, G. (2018). *Monitoring quality of service at Australian airports: A critical analysis*. *Journal of Air Transport Management*, 67, 63-71. <https://doi.org/10.1016/j.jairtraman.2017.11.004>
- Trochim, Donnelly, & Arora, K. (2015). *Research Methods: The Essential Knowledge Base*. Cengage Learning.
- Zapata Aguirre, L., & Rodríguez Brindis, M. (2016). *Determinantes del grado de satisfacción global con los servicios del Aeropuerto Internacional Arturo Merino Benítez*. Universidad Anáhuac Oaxaca, Oaxaca, México.
- Zastrow, C., & Ashman, K. (2001). *Understanding Human Behavior and the Social Environment*. Universidad de Michigan: Brooks/Cole, Thomson Learning.
- Zeithaml, V. A., Parasuraman, A., & Berry, L. L. (1993). *Calidad total en la gestión de servicios*. Madrid, España: Díaz de Santos.



## ANEXOS

### ANEXO N° 01: MATRIZ DE CONSISTENCIA

¿Existe una relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima Perú Año 2018?

PROBLEMAS	OBJETIVOS	HIPOTESIS	VARIABLE	METODOLOGIA
<p><b>Problema general</b></p> <p>¿Existe una relación entre la gestión operativa y la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018?</p> <p><b>Problemas específicos</b></p> <p>¿Cuál es la vinculación entre la gestión operativa y la capacidad de respuesta en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p> <p>¿De qué manera la gestión operativa y la comunicación se relacionan en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p> <p>¿La gestión operativa y la</p>	<p><b>Objetivo general</b></p> <p>Describir y explicar como la Gestión operativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima Perú Año 2018</p> <p><b>Objetivos específicos</b></p> <p>Analizar cómo se vinculan la gestión operativa con la capacidad de respuesta en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Evaluar la manera en que la gestión operativa y la comunicación se relacionan en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Determinar desde el punto de</p>	<p><b>Hipótesis general</b></p> <p>La gestión operativa se relaciona con la satisfacción del cliente en el sector de transporte aéreo en Lima Perú, 2018.</p> <p><b>Hipótesis específicos</b></p> <p>La gestión operativa se vincula con la capacidad de respuesta en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Se relacionan significativamente la gestión operativa y la comunicación en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Las variables, la gestión</p>	<p><b>Tipo</b></p> <p><b>Variable 1:</b> Gestión operativa.</p> <p><b>Variable 2:</b> Satisfacción del Cliente</p>	<p><b>Método</b></p> <p><b>Método</b> Investigación pura</p> <p><b>Diseño</b> No experimental Transversal</p> <p><b>Tipo</b> Correlacional</p> <p><b>Población</b> 90 usuarios</p> <p><b>Muestra</b> 90 usuarios</p> <p><b>Técnicas de recolección de datos</b> Encuesta</p> <p><b>Instrumentos</b> Método Liker</p>

<p>percepción selectiva presentan una correlación estadísticamente significativa en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p> <p>¿Las variables, la satisfacción del cliente y la seguridad del cliente, se corresponden mutuamente en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p> <p>¿El vínculo entre la satisfacción del cliente y la infraestructura es significativo en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p> <p>¿Se observa una correspondencia entre la satisfacción del cliente y la tecnología de la información en el Sector de Transporte Aéreo de Lima-Perú 2018?</p>	<p>vista estadístico si la gestión operativa y la percepción selectiva se correlacionan en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Examinar la correspondencia entre la satisfacción del cliente y la seguridad del mismo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Explorar la vinculación entre la satisfacción del cliente y la infraestructura en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>Averiguar si la relación que existe entre la satisfacción del cliente y la tecnología de la información es significativa en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p>	<p>operativa y la percepción selectiva, se corresponden estadísticamente en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>La satisfacción del cliente está ligada a la seguridad del mismo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>El vínculo entre la satisfacción del cliente y la infraestructura es estadísticamente significativo en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p> <p>La satisfacción del cliente está atada estadísticamente a la tecnología de la información en el sector de transporte aéreo en Lima-Perú 2018.</p>		
--	---	--	--	--

## ANEXO N° 02: MATRIZ DE OPERACIONALIZACIÓN DE VARIABLES

Variables	Dimensiones	indicadores	ítems	Escala de Liker
<b>VARIABLE I</b>  <b>GESTIÓN OPERATIVA</b>	<b>Seguridad:</b>  Burgos y Tudela (2001) definen la seguridad como una necesidad vital del ser humano en nuestra sociedad desde décadas pasadas. Más allá de su naturaleza, la seguridad debe ser entendida como un bien público, una garantía para el ejercicio de los derechos y el logro del bien común. Es decir, la seguridad “se expresa en la sensación del ciudadano de sentirse protegido y resguardado en su integridad psíquica, física, patrimonial, a través de un reconocimiento explícito de sus derechos individuales y colectivos.” (p. 476)	Confiabilidad (Stone, 2016)	¿Usted se siente seguro con los servicios recibidos?	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Afabilidad (Sricharoenpramong, 2018)	¿El personal muestra amabilidad en los controles?  ¿El personal le brinda atención personalizada?	
		Conocimiento (Atalay & Sarvan, 2014)	¿El personal de aeropuerto demuestra estar preparado para situaciones de emergencia?	
		Experiencia (Alards et al., 2014)	¿Calificaría buena su experiencia en el aeropuerto?	
	<b>Infraestructura:</b>  Franklin (2009) define que la infraestructura en una organización, en cuanto a los espacios, se debe fomentar el respeto a las creencias, actitudes, valores, hábitos, costumbres, supuestos y forma de hacer las cosas de los integrantes de la organización. En conclusión, un cliente se siente tranquilo y cómodo cuando obtiene mayor seguridad y fácil ubicación de las áreas de atención en los lugares más accesibles. (p. 198)	Confortabilidad (Sricharoenpramong, 2018)	El aeropuerto le brinda un ambiente agradable para su permanencia.  El aeropuerto cuenta con una infraestructura simple y fácil de transitar.	1. Totalmente en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Comodidad (Kotopouleas & Nikolopoulou, 2018)	¿Qué tan acogedor le parece las instalaciones del aeropuerto?	

	<p><b>Tecnología de la información:</b></p> <p>Ahmed, Shepherd y Ramos (2012) indican que “es la habilidad para crear una forma reproducible capaz de generar bienes, procesos o servicios nuevos y mejorados” haciendo posible una mejor relación respecto a las necesidades de los clientes. La tecnología “es una fuente importante para una empresa para entregar a sus clientes bienes y servicios” de forma rápida y eficaz. (p. 126)</p>	<p>Accesibilidad (Bao, Hua, y Gu, 2016)</p>	<p>¿Fue fácil de operar la máquina que emite las tarjetas de embarque? ¿Fue fácil encontrar su vuelo en las pantallas de información?</p>	<p>1. Totalmente en desacuerdo 2. En Desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo</p>
<p><b>VARIABLE II</b> <b>SATISFACCIÓN DEL CLIENTE</b></p>	<p><b>Capacidad de respuesta:</b></p> <p>De acuerdo a los autores Hill y Jones (2015), la capacidad de respuesta es “el tiempo de respuesta a los clientes, es decir el tiempo que se requiere para entregar un bien o prestar un servicio” (p. 91). Esto debe ser realizado para “identificar y satisfacer las necesidades de éstos mejor que la competencia.” (p. 91).</p> <p>Como consecuencia “alcanzar una calidad e innovación superior es parte de tener una respuesta superior a los deseos y necesidades de los clientes”. (p. 91).</p>	<p>Tiempo de resolución (Sricharoenpramong, 2018)</p>	<p>¿Obtuvo una respuesta clara antes sus interrogantes? ¿El tiempo de espera para obtener el servicio fue apropiado?</p>	<p>1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo</p>
	<p><b>Comunicación:</b></p> <p>Robins (2015) indica que dentro de una organización, la comunicación, se define como formal o informal. “La comunicación formal es aquella que tiene lugar por los acuerdos de trabajo organizacionales prescrito. [...] La comunicación informal es comunicación organizacional no definida para la jerarquía estructural de la organización.” (p. 323)</p>	<p>Flexibilidad (Magalhães et al., 2015)</p>	<p>¿El aeropuerto le brinda procesos adecuados según su necesidad? ¿El aeropuerto se adapta a las necesidades del pasajero?</p>	
		<p>Cortesía (Pabedinskaitė &amp; Akstinaitė, 2014)</p>	<p>¿Ha recibido una atención amable y cordial?</p>	<p>1. Totalmente en desacuerdo</p>
		<p>Credibilidad (Trischler &amp; Lohmann, 2018)</p>	<p>La información recibida en el aeropuerto fue oportuna. ¿Se encuentra usted conforme con</p>	

	Asimismo el autor indica que la comunicación es parte de las estrategias empleadas por las empresas siendo realizada de forma personalizada hacia el cliente, en nuestro caso esto se enfoca en la forma de respuesta de acuerdo al tipo de cliente.		la información recibida?	2. En desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo
		Claridad (Zastrow & Ashman, 2001)	¿Fue clara la comunicación entre usted y personal del aeropuerto?	5. Totalmente de acuerdo
	<b>Percepción selectiva:</b> Judge y Robbins (2013) indican que “los receptores en el proceso de la comunicación observan y escuchan en forma selectiva como base en sus necesidades, motivaciones, experiencias y otras características personales. Los receptores también proyectan sus intereses y expectativas en la comunicación”. (p.362)	Nivel de servicio (De Barros et al., 2007)	¿Usted cree que se repitan los problemas reportados anteriormente?  Calificaría como una buena experiencia el trato obtenido en el aeropuerto.	1. Totalmente en desacuerdo 2. En desacuerdo 3. Indeciso 4. De acuerdo 5. Totalmente de acuerdo

## ANEXO 3 CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

### CUESTIONARIO SOBRE GESTIÓN OPERATIVA Y SATISFACCIÓN DEL CLIENTE

CONDICIÓN:	CÓDIGO:	FECHA:

#### INSTRUCCIONES

A continuación, le presentamos preguntas, le solicitamos que frente a ellas exprese su opinión personal, considerando que no existen respuestas correctas ni incorrectas, marcando con un aspa (x) en la hoja de respuestas aquella que mejor exprese su punto de vista, de acuerdo al siguiente código.

1. Totalmente en desacuerdo	2. En desacuerdo	3. Indeciso	4. De acuerdo	5. Totalmente de acuerdo
-----------------------------	------------------	-------------	---------------	--------------------------

#### PARTE: GESTIÓN OPERATIVA


N°	ITEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
01	¿Usted se siente seguro con los servicios recibidos?					
02	¿El personal muestra amabilidad en los controles?					
03	¿El personal le brinda atención personalizada?					
04	¿El personal de aeropuerto demuestra estar preparado para situaciones de emergencia?					
05	¿Calificaría buena su experiencia en el aeropuerto?					
06	El aeropuerto le brinda un ambiente agradable para su permanencia.					
07	El aeropuerto cuenta con una infraestructura simple y fácil de transitar.					
08	¿Qué tan acogedor le parece las instalaciones del aeropuerto?					
09	¿Fue fácil de operar la máquina que emite las tarjetas de embarque?					
10	¿Fue fácil encontrar su vuelo en las pantallas de información?					



**PARTE: SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

N°	ITEM	PUNTAJE				
		1	2	3	4	5
11	¿Obtuvo una respuesta clara ante sus interrogantes?					
12	¿El tiempo de espera para obtener el servicio fue apropiado?					
13	El aeropuerto le brinda procesos adecuados según su necesidad.					
14	¿El aeropuerto se adapta a las necesidades del pasajero?					
15	¿Ha recibido una atención amable y cordial?					
16	La información recibida en el aeropuerto fue oportuna.					
17	¿Se encuentra usted conforme con la información recibida?					
18	¿Fue clara la comunicación entre usted y personal del aeropuerto?					
19	¿Usted cree que se repitan los problemas reportados anteriormente?					
20	Calificaría como una buena experiencia el trato obtenido en el aeropuerto.					

## ANEXO 4 VALIDACIÓN DE EXPERTOS



**ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Negreiros Mora, Nancy Alfonsina

TITULO Y GRADO

Ph D ( )    Doctor ( )    Magister (  )    Licenciado ( )    Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: Universidad Privada del Norte

FECHA: 28/09/2018

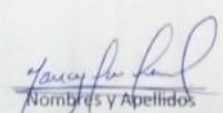
**"LA GESTIÓN OPERATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR DE TRANSPORTE AÉREO EN LIMA-PERÚ 2018"**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?		<input checked="" type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>		
TOTAL				

Sugerencias: .....

Firma del Experto:



Nombres y Apellidos

Nancy A. Negreiros Mora

**ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: Negreiros Mora Nancy Alpaolina

TITULO Y GRADO

Ph D ( ) Doctor ( ) Magister ( X ) Licenciado ( ) Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: Universidad Privada del Norte

FECHA: 28/09/2018

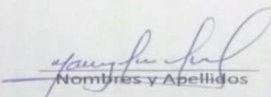
**“LA GESTIÓN OPERATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR DE TRANSPORTE AÉREO EN LIMA-PERÚ 2018”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	
TOTAL				

Sugerencias: .....

Firma del Experto:

  
 Nombres y Apellidos  
 Nancy A. Negreiros Mora.

**ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS**

APPELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: RONDON Tamayo RANIRO

TITULO Y GRADO

Ph D ( ) Doctor ( ) Magister (  ) Licenciado ( ) Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

FECHA: \_\_\_\_\_


**"LA GESTIÓN OPERATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR DE TRANSPORTE AÉREO EN LIMA-PERÚ 2018"**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una "X" en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		NO ESTA BASTO NI OPINAR
TOTAL				

Sugerencias: ...SERIA RECOMENDABLE UNIFORMIZAR EL NUMERO DE INDICADORES...POR VARIABLE...

Firma del Experto:

  
 Nombres y Apellidos  
RONIRO RONDON  
43551516

**ANEXO 1 TABLA DE EVALUACION DE EXPERTOS**

APELLIDOS Y NOMBRES DEL EXPERTO: CALDERON SOLANO JOHNNY JESUS

TITULO Y GRADO

Ph D ( ) Doctor ( ) Magister (  ) Licenciado ( ) Otros (Especifique).....

UNIVERSIDAD QUE LABORA: UNIVERSIDAD PRIVADA DEL NORTE

FECHA: 28/09/18

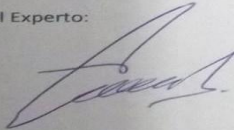
**“LA GESTIÓN OPERATIVA Y LA SATISFACCIÓN DEL CLIENTE EN EL SECTOR DE TRANSPORTE AÉREO EN LIMA-PERÚ 2018”**

Mediante la tabla de evaluación de expertos, usted tiene la facultad de evaluar cada una de las preguntas marcando con una “X” en las columnas del SI o NO. Asimismo, le exhortamos en la corrección de los ítems indicar sus observaciones y/o sugerencias, con la finalidad de mejorar la coherencia de preguntas.

Nº	PREGUNTAS	APRECIA		OBSERVACIONES
		SI	NO	
1	¿El título de la investigación tiene relación con el instrumento de recolección de datos?	X		
2	¿Las variables de estudio se relacionan con el instrumento de recolección de datos?	X		
3	¿El instrumento de recolección de datos, responde a los objetivos del estudio?	X		
4	¿Cada una de las preguntas del instrumento de medición, se relaciona con cada uno de los elementos de los indicadores?	X		
5	¿La redacción de las preguntas tiene coherencia?	X		
6	¿El instrumento de medición es claro, preciso y sencillo para que contesten y de esta manera obtener los datos requeridos?	X		
7	¿El instrumento de recolección contribuirá al análisis y procesamiento de datos?	X		
8	¿El instrumento de medición, será accesible a la población sujeto de estudio?	X		
TOTAL				

Sugerencias: .....

Firma del Experto:



JOHNNY CALDERON SOLANO  
Nombres y Apellidos

## ANEXO 4

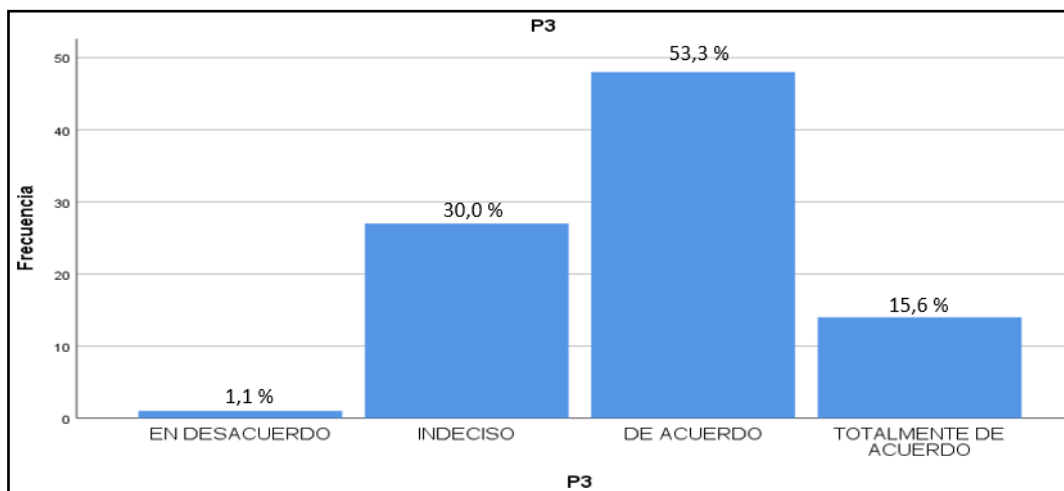
### Estadísticos descriptivos por pregunta

**Tabla A4.1 Estadística de la pregunta 3 de la encuesta.**

		Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido	EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
	INDECISO	27	30,0	31,1
	DE ACUERDO	48	53,3	84,4
	TOTALMENTE DE ACUERDO	14	15,6	100,0
	Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.1 Gráfico de barras de la pregunta 3 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

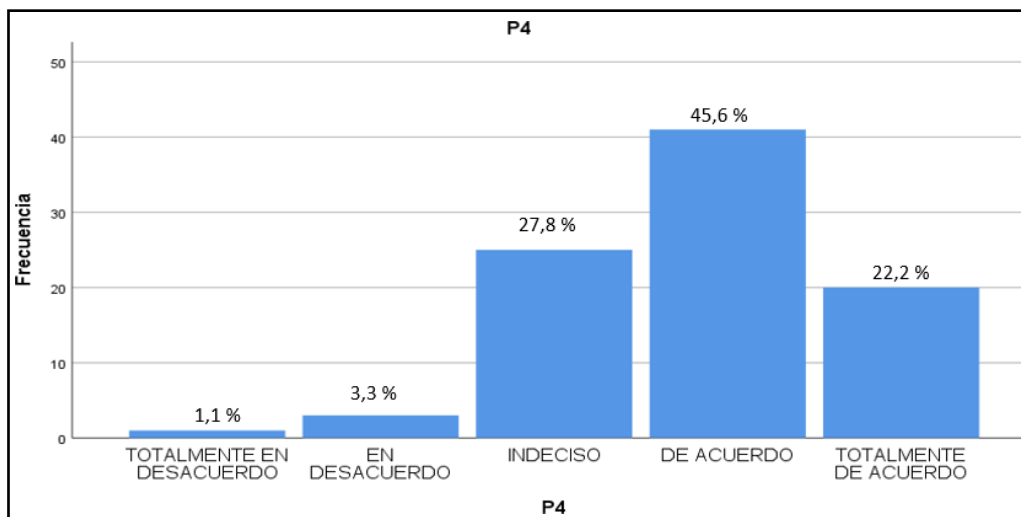
Según la tabla y los gráficos, el 30% de los encuestados se muestra indeciso en cuanto a recibir una atención personalizada pero un 68,9% afirma que sí.

**Tabla A4.2 Estadística de la pregunta 4 de la encuesta.**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
EN DESACUERDO	3	3,3	4,4
INDECISO	25	27,8	32,2
DE ACUERDO	41	45,6	77,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	20	22,2	100,0
Total	90	100,0	

Elaboración: propia.

**Figura A4.2 Gráfico de barras de la pregunta 4 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

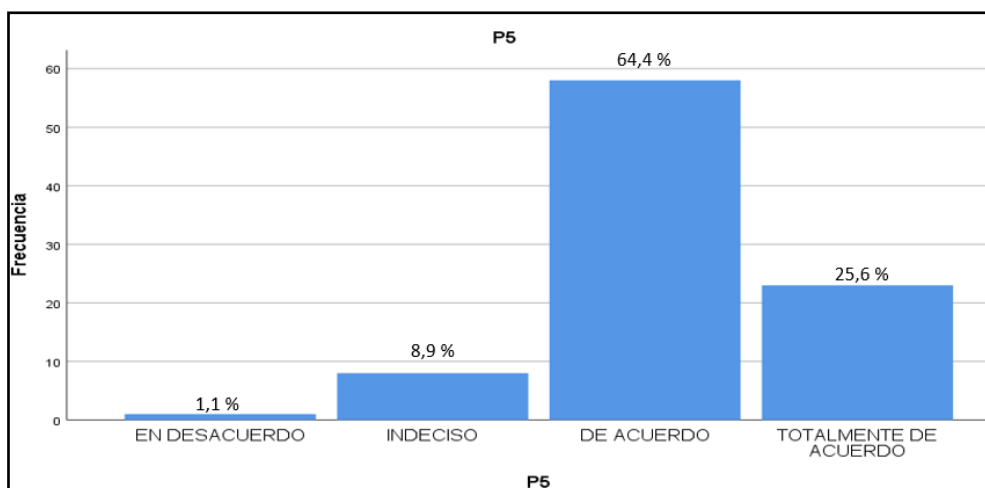
Según la tabla y los gráficos, el 25% de los encuestados se muestra indeciso en cuanto a precisar que el personal de aeropuerto está preparado para situaciones difíciles pero un 67,8% está de acuerdo con tal afirmación.

**Tabla A4.3 Estadística de la pregunta 5 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	8	8,9	10,0
DE ACUERDO	58	64,4	74,4
TOTALMENTE DE ACUERDO	23	25,6	100,0
Total	90	100,0	

Elaboración: propia.

**Figura A4.3 Gráfico de barras de la pregunta 5 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

Ante esta premisa el servicio prestado ha dejado una buena experiencia en el pasajero brindándole un 90% de aceptación.

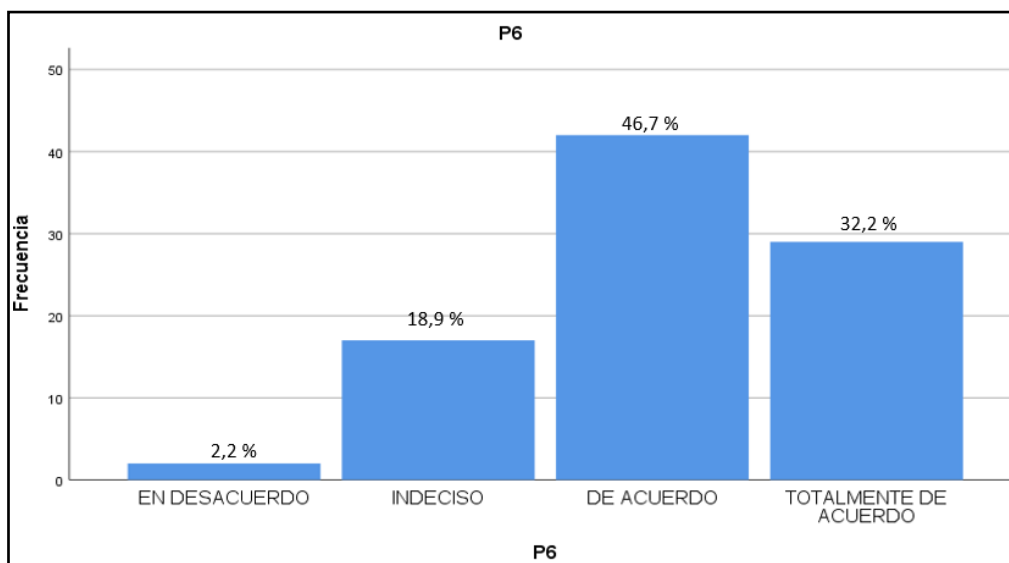


**Tabla A4.4 Estadística de la pregunta 6 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido EN DESACUERDO	2	2,2	2,2
INDECISO	17	18,9	21,1
DE ACUERDO	42	46,7	67,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	29	32,2	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.4 Gráfico de barras de la pregunta 6 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

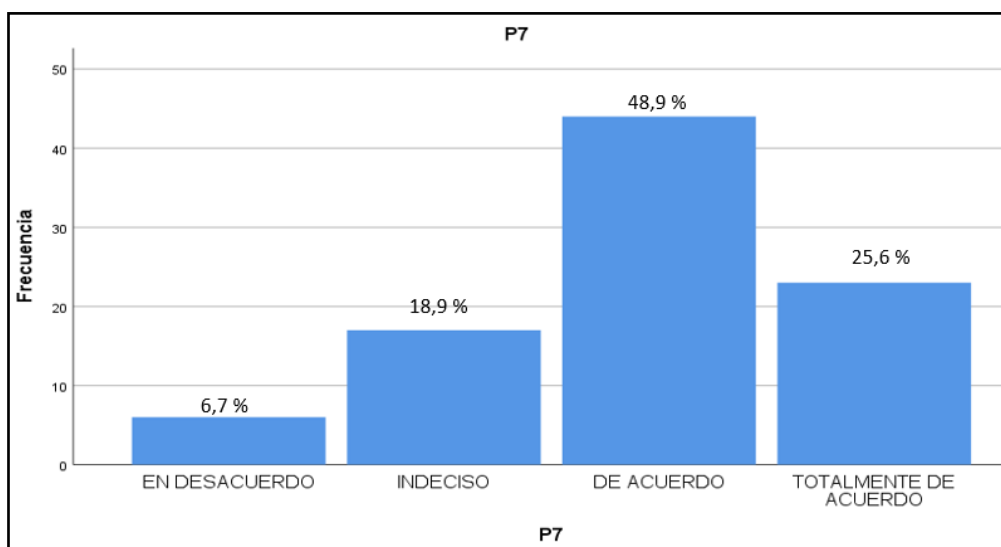
Para el 78,9% el aeropuerto le brinda un ambiente agradable, pero un 18,9% mostró indecisión para dar una respuesta.

**Tabla A4.5 Estadística de la pregunta 7 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	6	6,7	6,7
INDECISO	17	18,9	25,6
DE ACUERDO	44	48,9	74,4
TOTALMENTE DE ACUERDO	23	25,6	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.5 Gráfico de barras de la pregunta 7 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

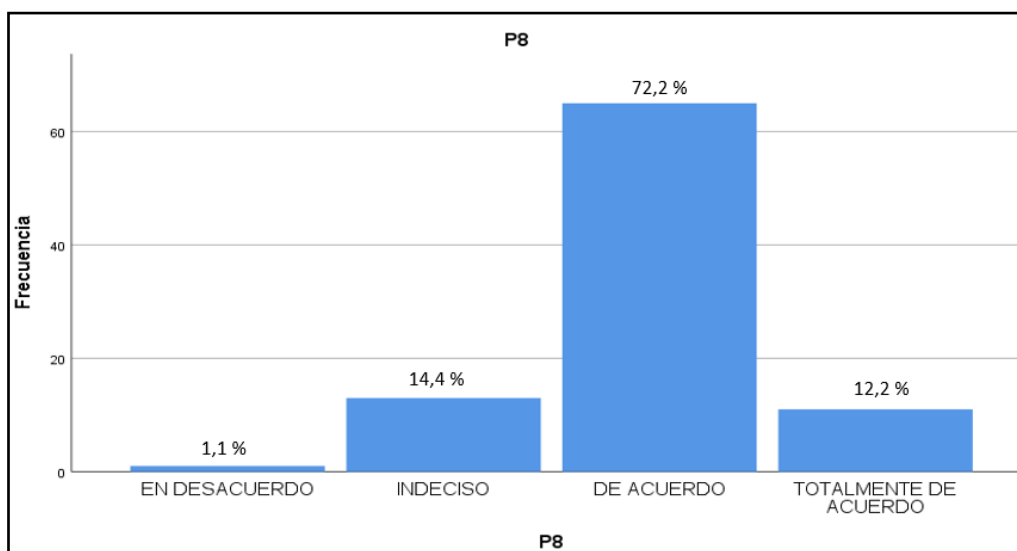
El 74,5% de los encuestados indica que la infraestructura es simple y fácil de transitar pero un 18,9 se siente indeciso de afirmar tal premisa.

**Tabla A4.6 Estadística de la pregunta 8 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	13	14,4	15,6
DE ACUERDO	65	72,2	87,8
TOTALMENTE DE ACUERDO	11	12,2	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.6 Gráfico de barras de la pregunta 8 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

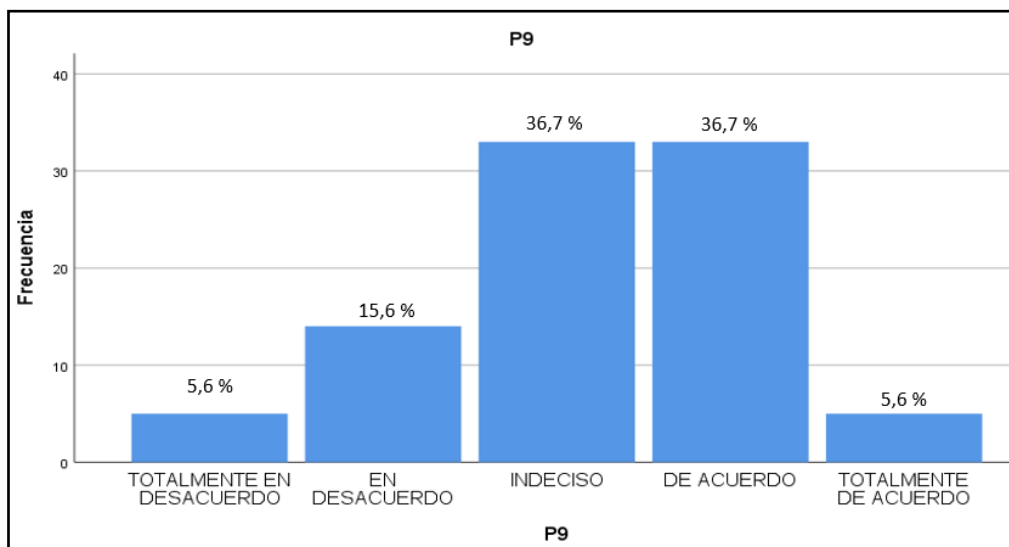
Para el 84,4% las instalaciones del aeropuerto son acogedoras, solo un 14,4% se muestra indeciso.

**Tabla A4.7 Estadística de la pregunta 9 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	5	5,6	5,6
EN DESACUERDO	14	15,6	21,1
Válido INDECISO	33	36,7	57,8
DE ACUERDO	33	36,7	94,4
TOTALMENTE DE ACUERDO	5	5,6	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.7 Gráfico de barras de la pregunta 9 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

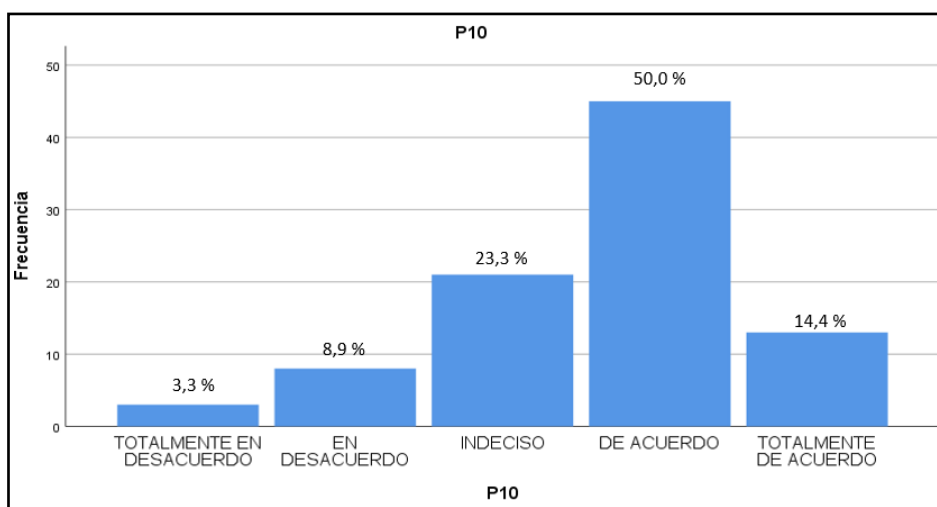
En esta pregunta si podemos notar que el uso de medios electrónicos no es tan aceptado ya que tenemos un 52,3% de público que opta por el desacuerdo ante esta premisa, acá podemos apreciar que hay un 43,3% de público que podría considerarse pasajero frecuente.

**Tabla A4.8 Estadística de la pregunta 10 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	3	3,3	3,3
EN DESACUERDO	8	8,9	12,2
INDECISO	21	23,3	35,6
DE ACUERDO	45	50,0	85,6
TOTALMENTE DE ACUERDO	13	14,4	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.8 Gráfico de barras de la pregunta 10 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

**Elaboración: propia**

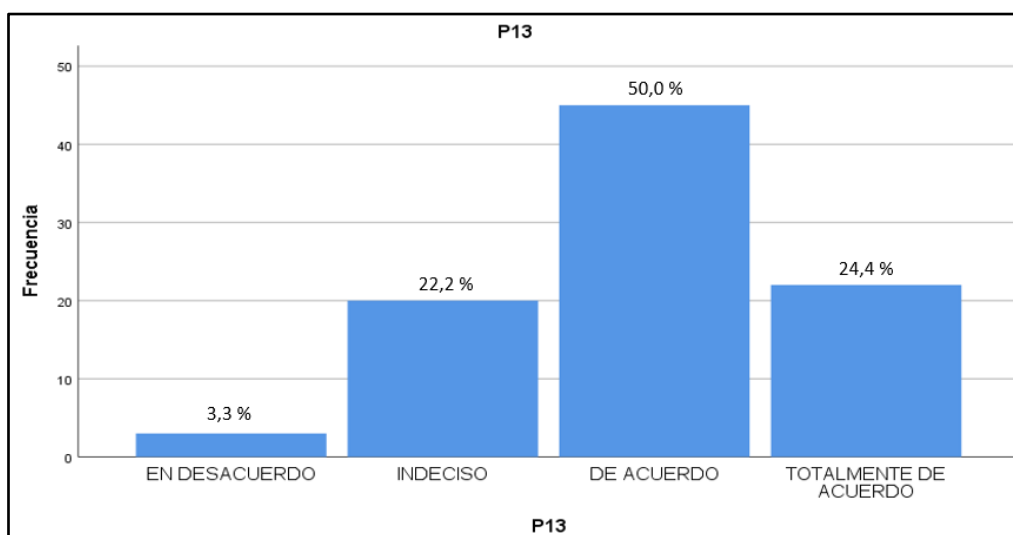
En esta pregunta solo un 64,4% responde afirmativamente 32,2% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre el hallazgo de su vuelo en las pantallas de información.

**Tabla A4.9 Estadística de la pregunta 13 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	3	3,3	3,3
INDECISO	20	22,2	25,6
DE ACUERDO	45	50,0	75,6
TOTALMENTE DE ACUERDO	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.9 Gráfico de barras de la pregunta 13 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

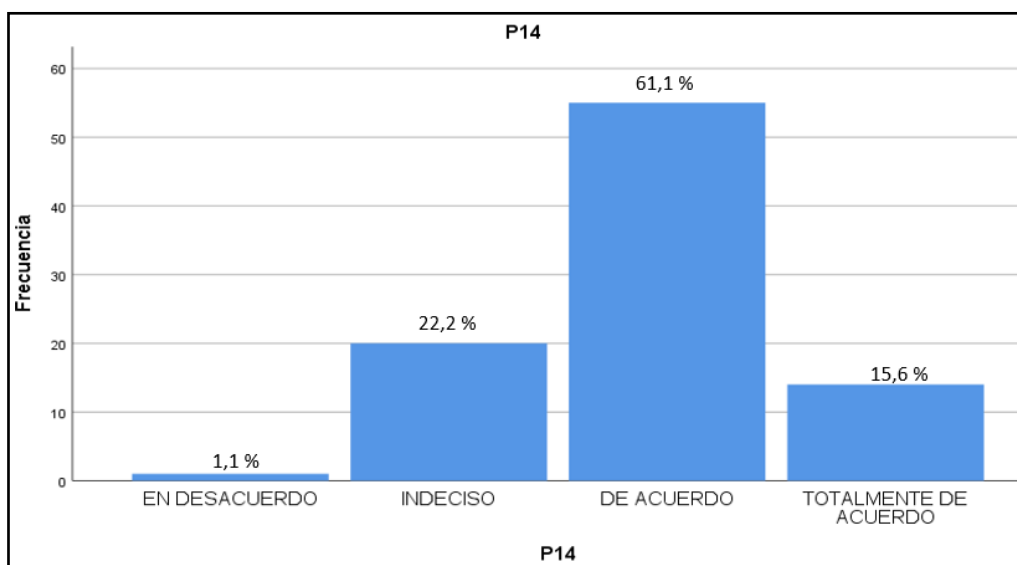
Elaboración: propia

En esta pregunta solo un 74,4% responde afirmativamente 25,6% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la pertinencia de los procesos ofrecidos.

**Tabla A4.10 Estadística de la pregunta 14 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	20	22,2	23,3
DE ACUERDO	55	61,1	84,4
TOTALMENTE DE ACUERDO	14	15,6	100,0
Total	90	100,0	

**Figura A4.10 Gráfico de barras de la pregunta 14 de la encuesta.**



**Elaboración: propia.**

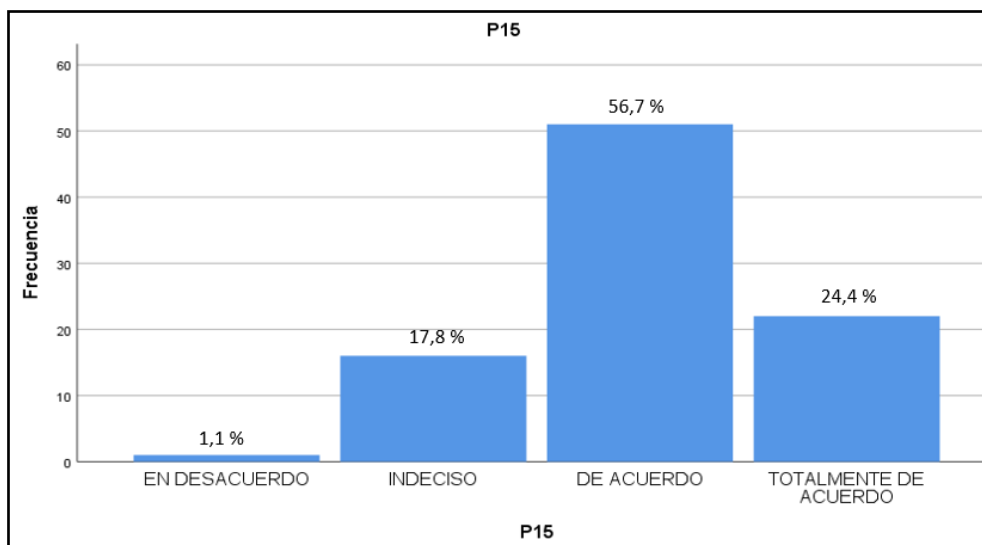
En esta pregunta solo un 76,7% responde afirmativamente 23,3% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la adaptabilidad del aeropuerto a los requerimientos del cliente.

**Tabla A4.11 Estadística de la pregunta 15 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	16	17,8	18,9
DE ACUERDO	51	56,7	75,6
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.11 Gráfico de barras de la pregunta 15 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

Elaboración: propia

En esta pregunta solo un 81,1% responde afirmativamente 18,9% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la amabilidad y cordialidad en la atención.

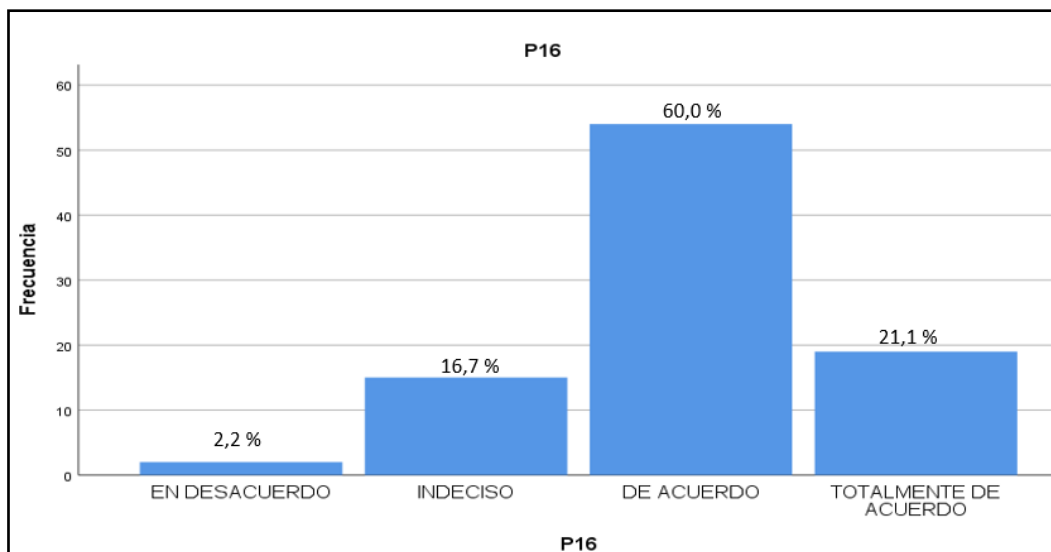


**Tabla A4.12 Estadística de la pregunta 16 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	2	2,2	2,2
INDECISO	15	16,7	18,9
DE ACUERDO	54	60,0	78,9
Válido TOTALMENTE DE ACUERDO	19	21,1	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.12 Gráfico de barras de la pregunta 16 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

Elaboración: propia

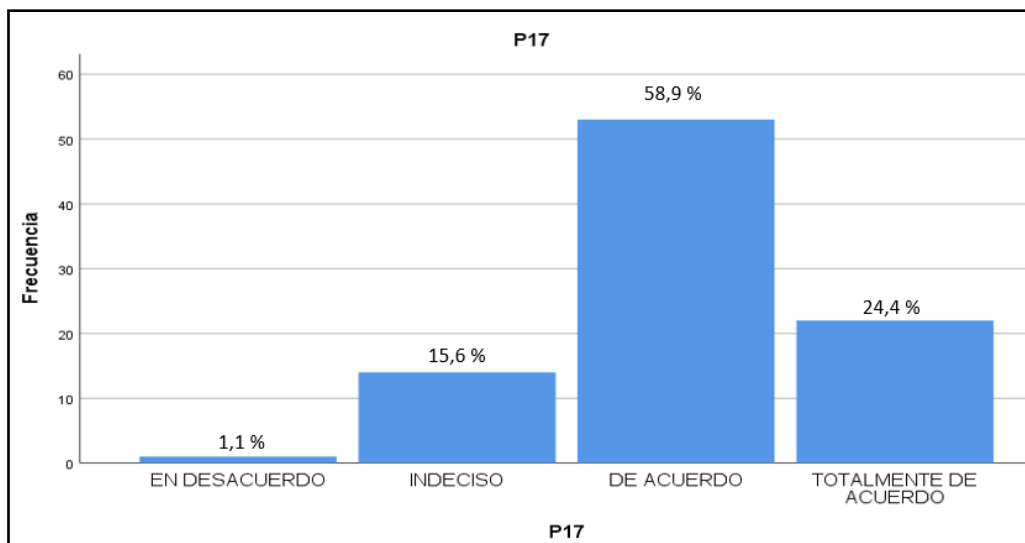
En esta pregunta solo un 81,1% responde afirmativamente 18,9% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la oportunidad en la información.

**Tabla A4.13 Estadística de la pregunta 17 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	1	1,1	1,1
INDECISO	14	15,6	16,7
DE ACUERDO	53	58,9	75,6
TOTALMENTE DE ACUERDO	22	24,4	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.13 Gráfico de barras de la pregunta 17 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

Elaboración: propia

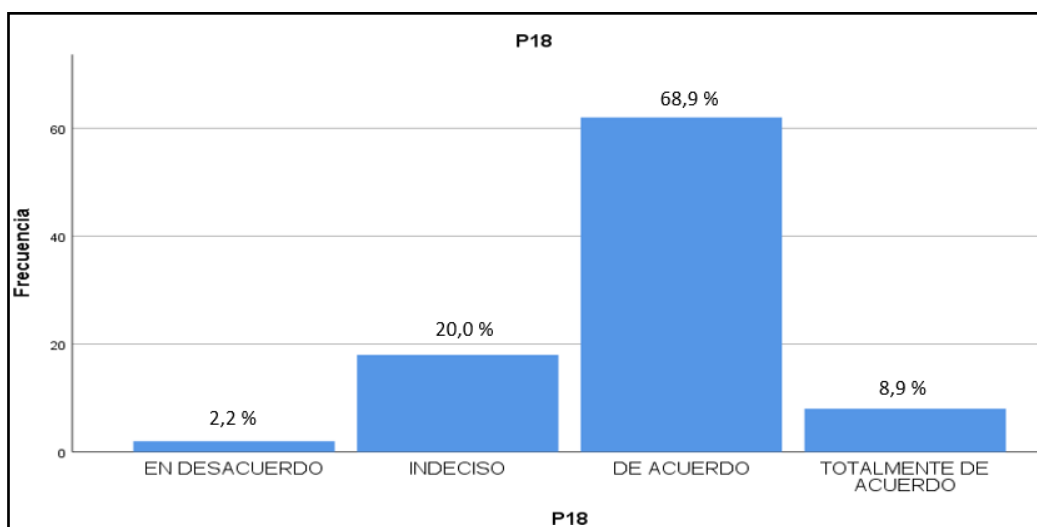
En esta pregunta solo un 83,3% responde afirmativamente 16,7% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la conformidad ante la información recibida.

**Tabla A4.14 Estadística de la pregunta 18 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
EN DESACUERDO	2	2,2	2,2
INDECISO	18	20,0	22,2
DE ACUERDO	62	68,9	91,1
TOTALMENTE DE ACUERDO	8	8,9	100,0
Total	90	100,0	

Elaboración: propia.

**Figura A4.14 Gráfico de barras de la pregunta 18 de la encuesta.**



**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

Elaboración: propia

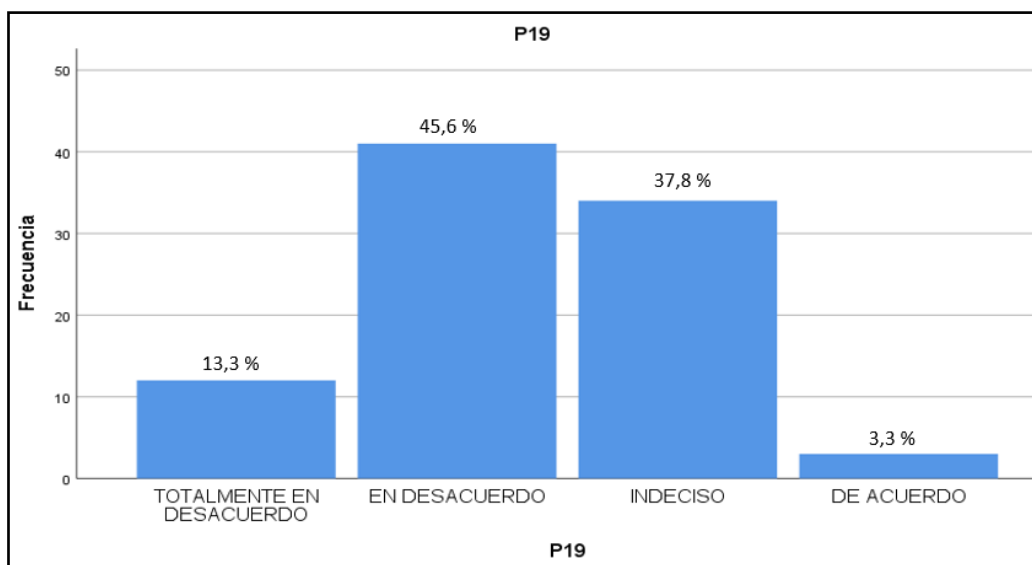
En esta pregunta solo un 77,8% responde afirmativamente 22,2% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la claridad de la información otorgada.

**Tabla A4.15 Estadística de la pregunta 19 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
TOTALMENTE EN DESACUERDO	12	13,3	13,3
EN DESACUERDO	41	45,6	58,9
INDECISO	34	37,8	96,7
DE ACUERDO	3	3,3	100,0
Total	90	100,0	

Elaboración: propia.

**Figura A4.15 Gráfico de barras de la pregunta 19 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

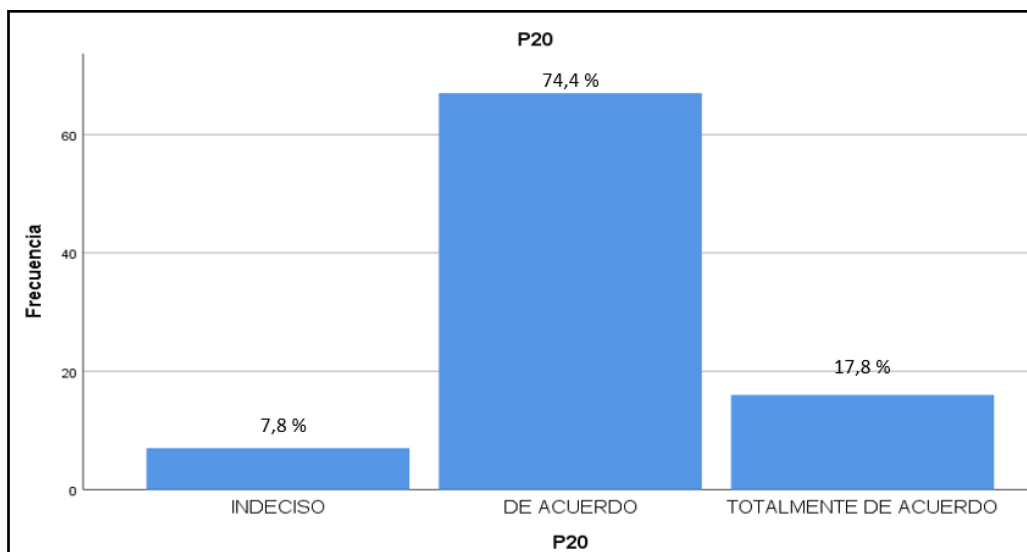
En esta pregunta solo un 41,1% responde afirmativamente 58,9% no esta tan de acuerdo con la pregunta sobre la reincidencia en los problemas o fallas reportadas.

**Tabla A4.16 Estadística de la pregunta 20 de la encuesta**

	Frecuencia	Porcentaje	Porcentaje acumulado
Válido INDECISO	7	7,8	7,8
DE ACUERDO	67	74,4	82,2
TOTALMENTE DE ACUERDO	16	17,8	100,0
Total	90	100,0	

**Elaboración: propia.**

**Figura A4.16 Gráfico de barras de la pregunta 20 de la encuesta.**

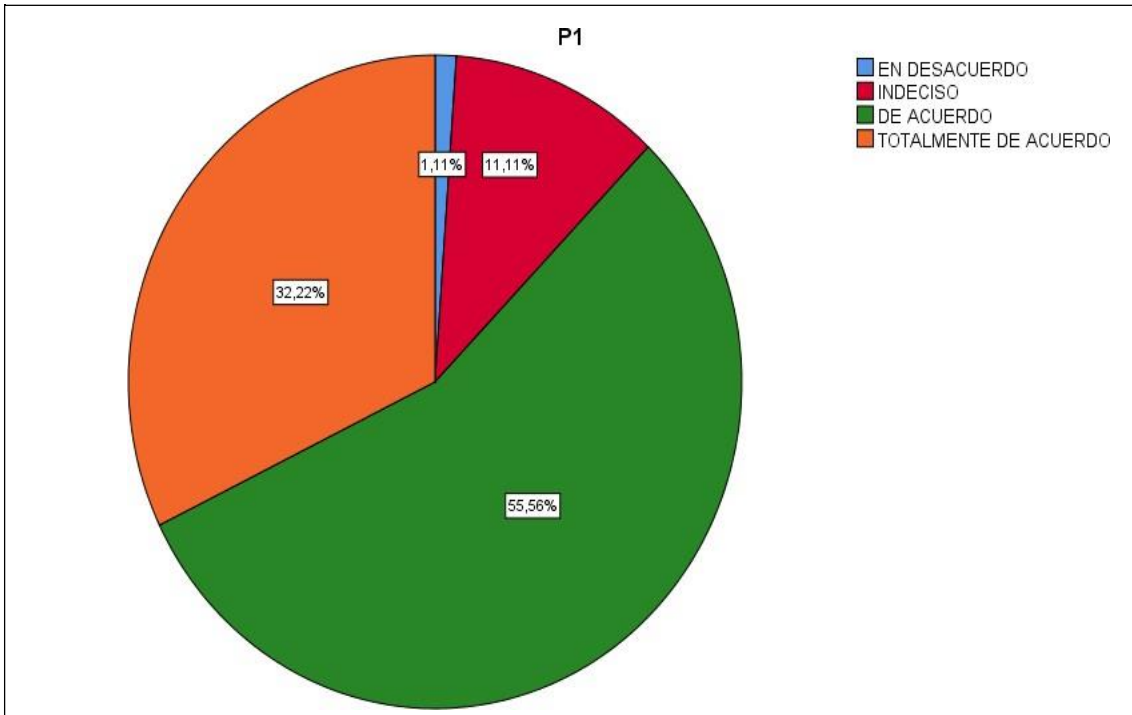


**Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.**

Elaboración: propia

En esta pregunta solo un 92,2% responde afirmativamente 7,8% no está tan de acuerdo con la pregunta sobre experiencia en el trato en el aeropuerto.

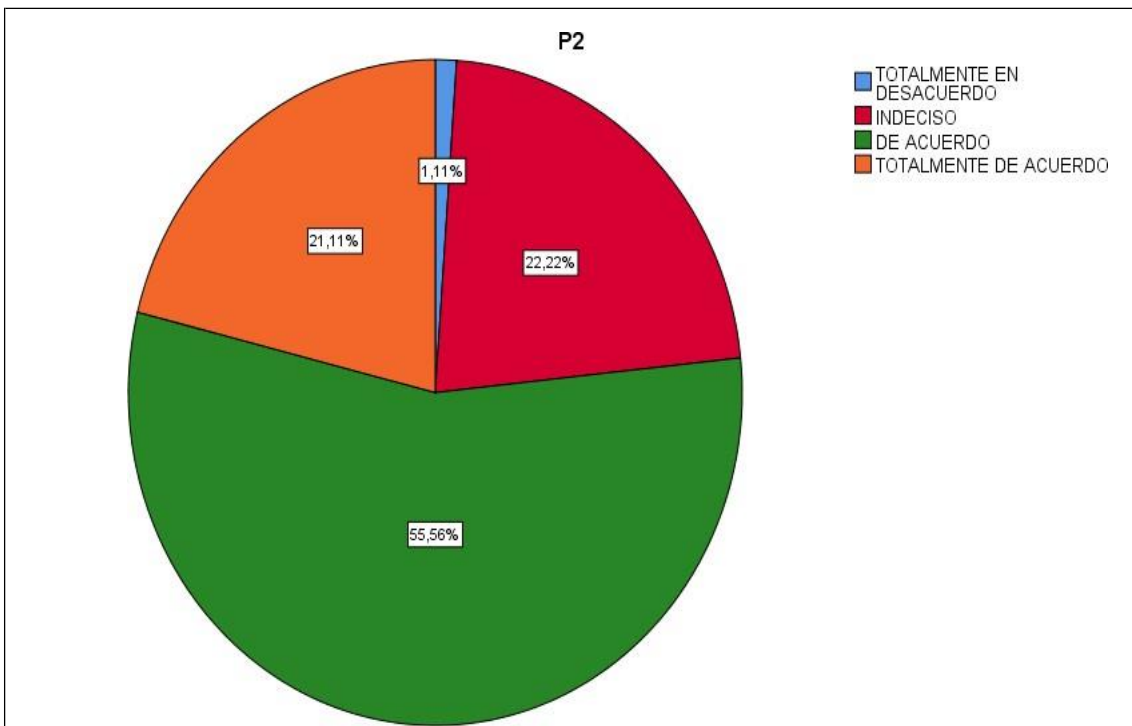
**Figura A4.17 Gráfico de sectores de la pregunta 1 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

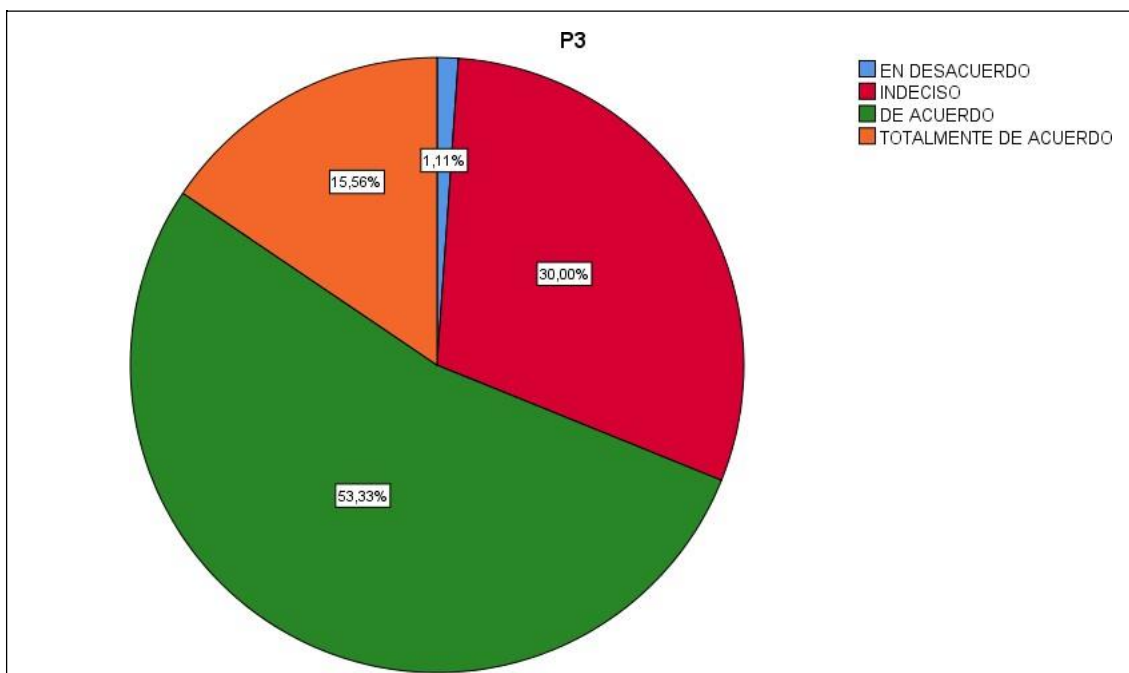
**Figura A4.18 Gráfico de sectores de la pregunta 2 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

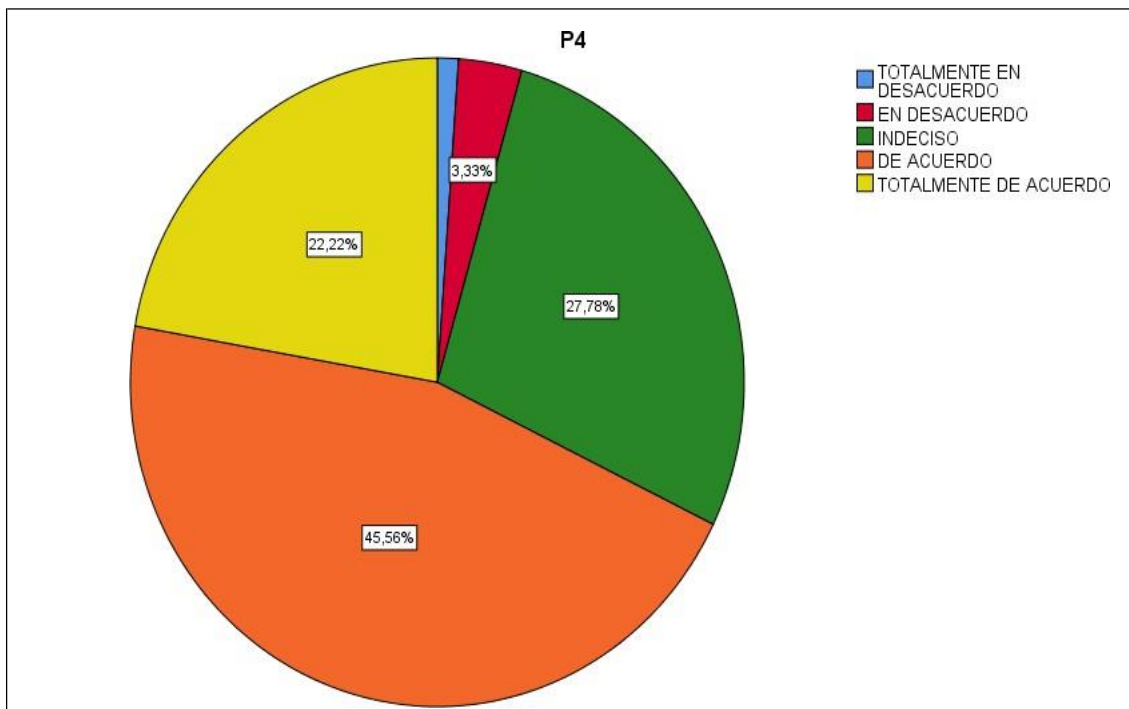
Figura A4.19 Gráfico de sectores de la pregunta 3 de la encuesta.



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

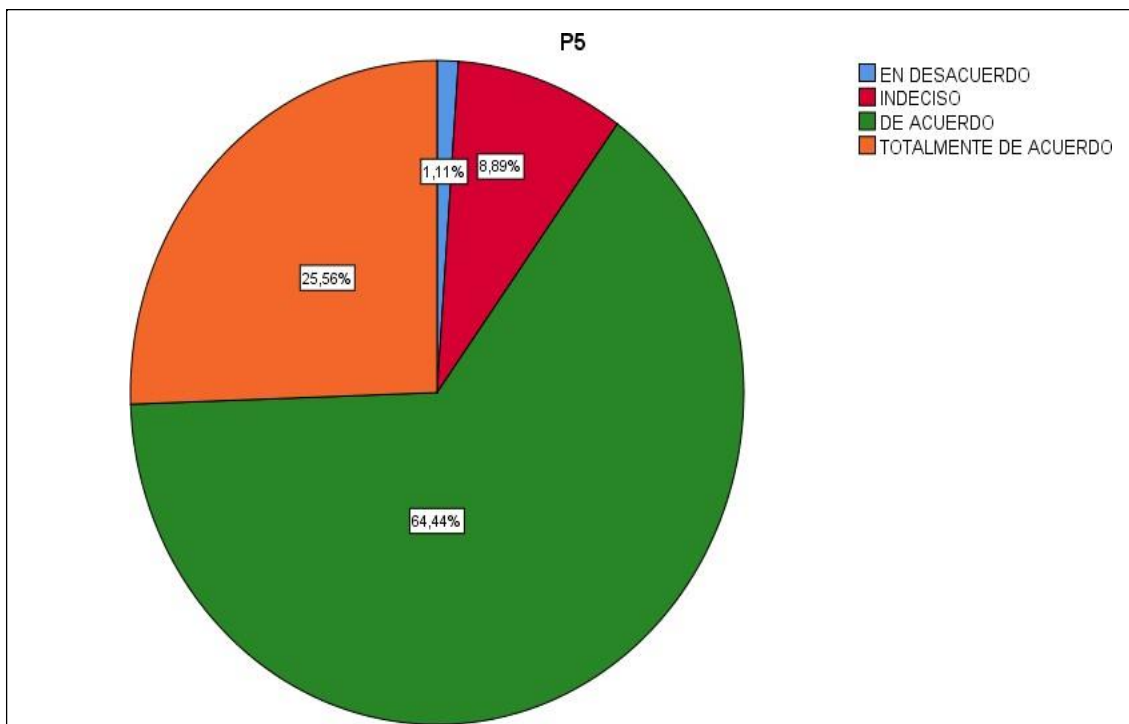
Figura A4.20 Gráfico de sectores de la pregunta 4 de la encuesta.



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

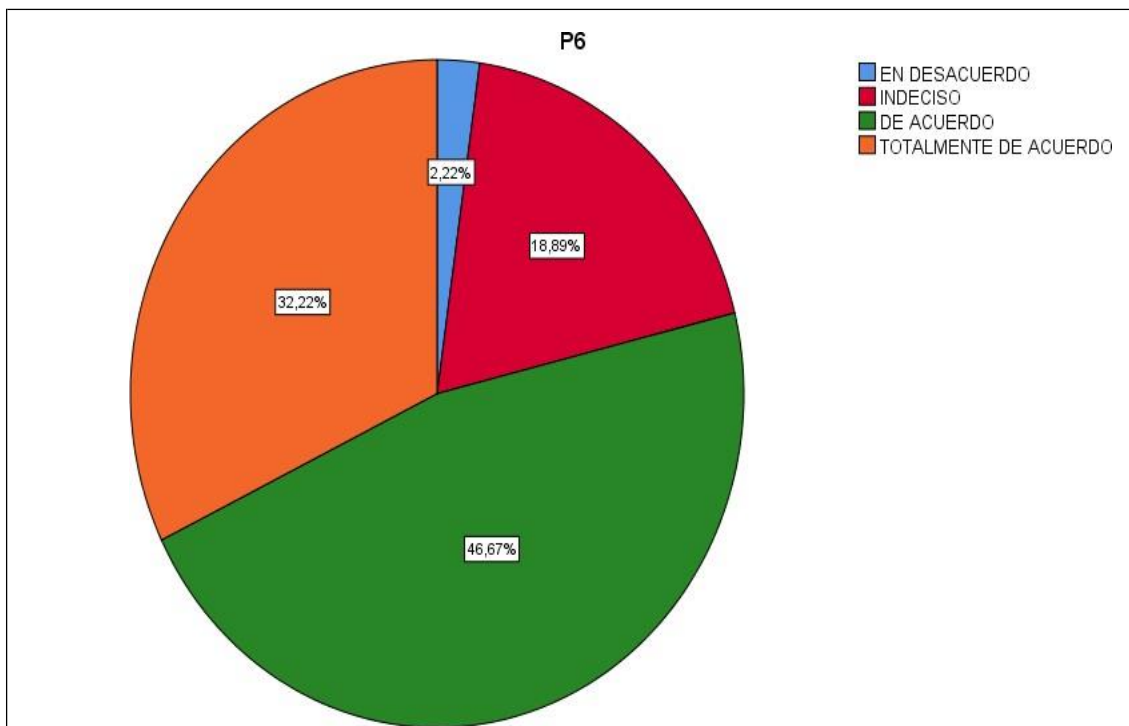
**Figura A4.21 Gráfico de sectores de la pregunta 5 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

**Figura A4.22 Gráfico de sectores de la pregunta 6 de la encuesta.**

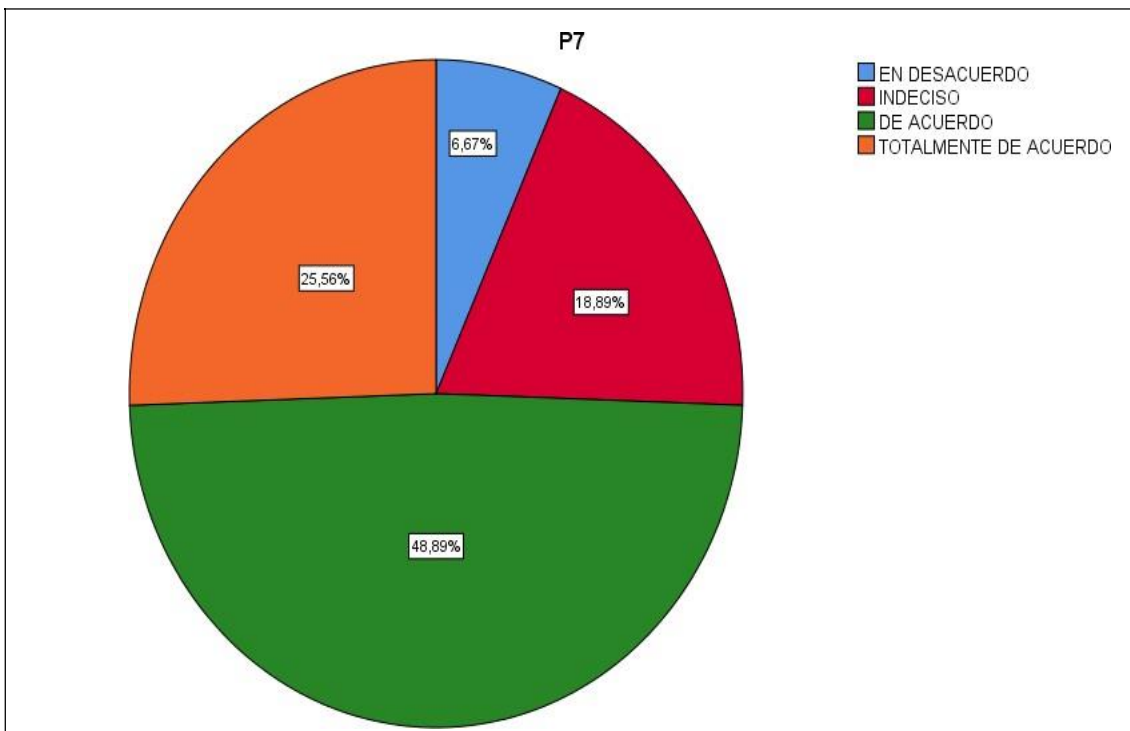


**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia



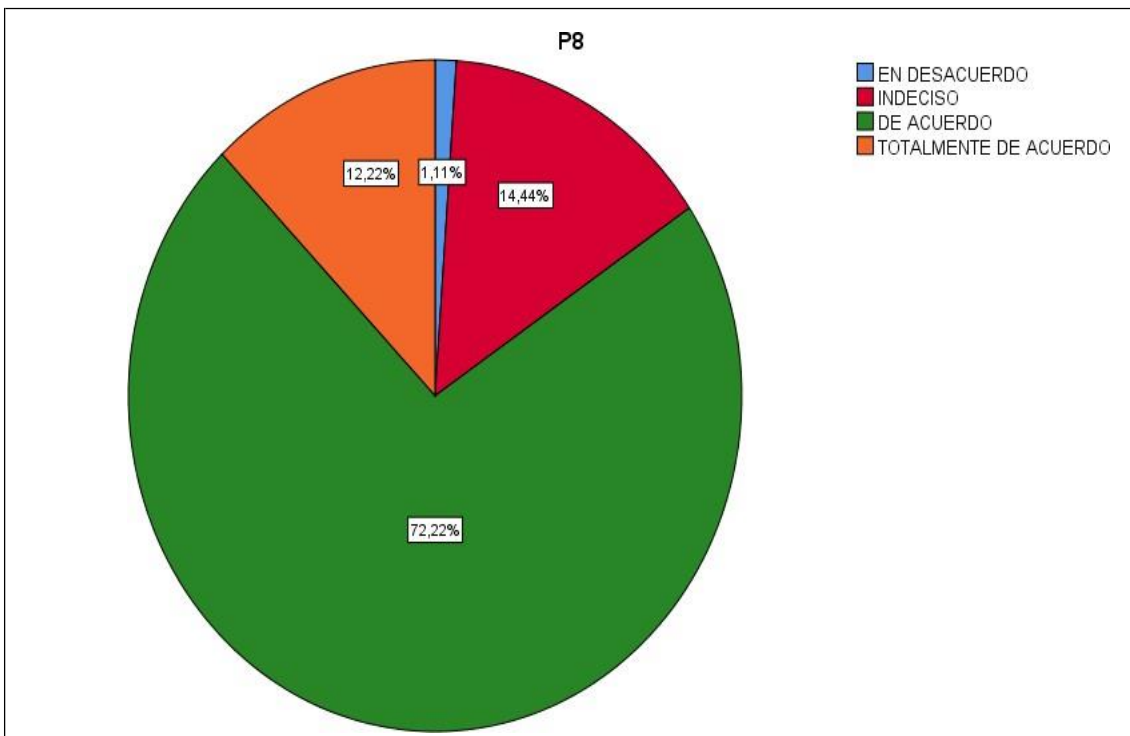
**Figura A4.23 Gráfico de sectores de la pregunta 7 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

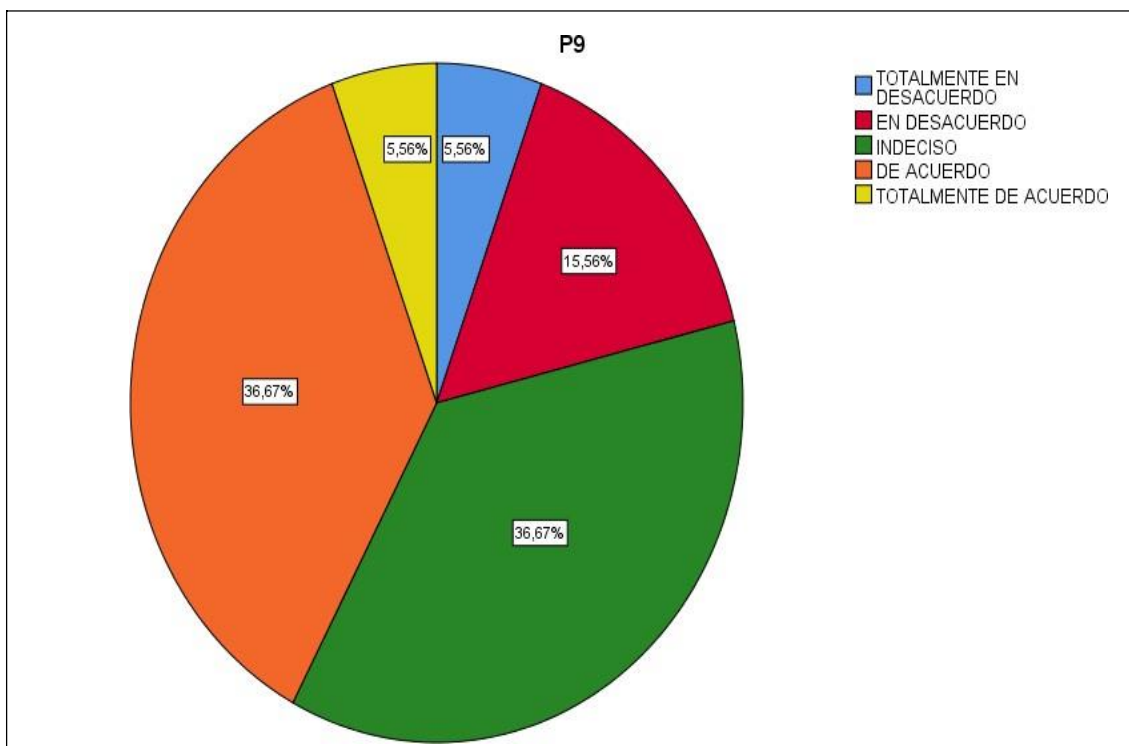
**Figura A4.24 Gráfico de sectores de la pregunta 8 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

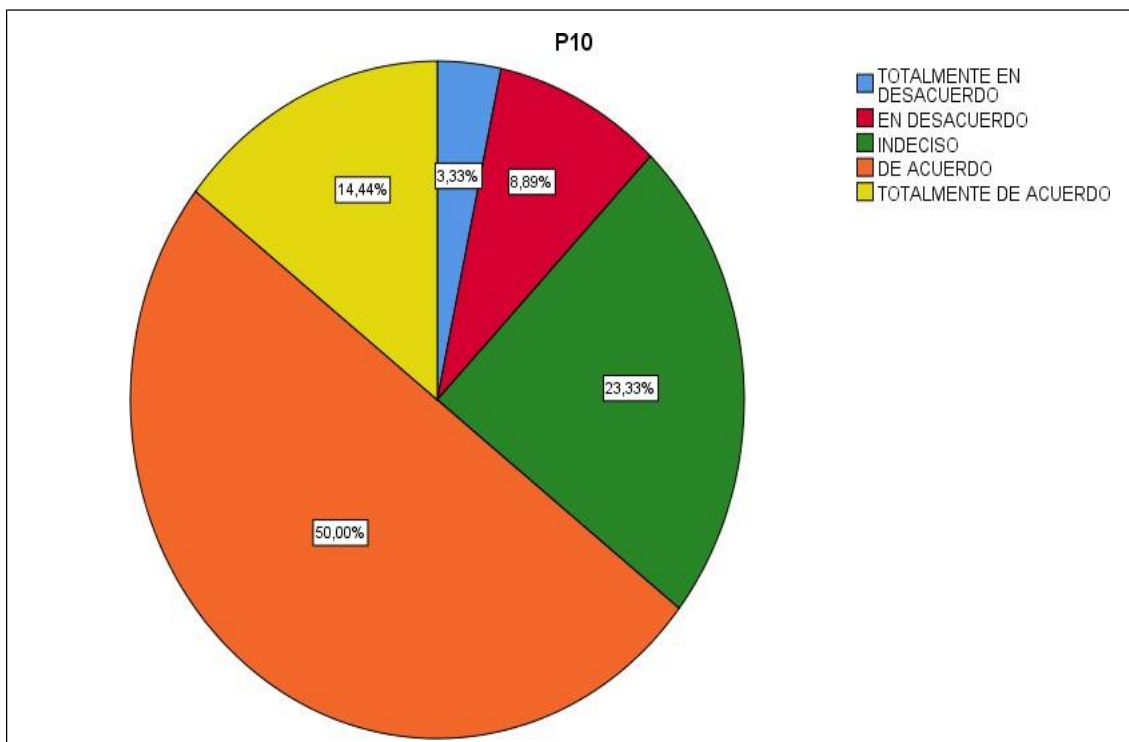
**Figura A4.25 Gráfico de sectores de la pregunta 9 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

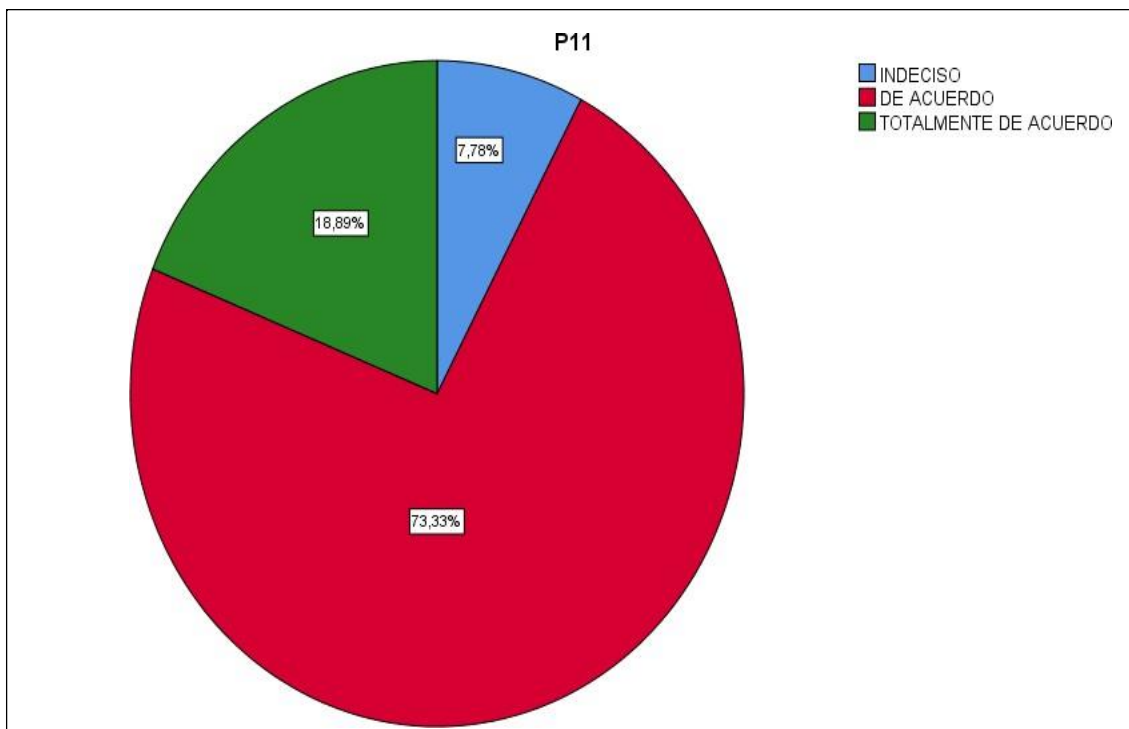
**Figura A4.26 Gráfico de sectores de la pregunta 10 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

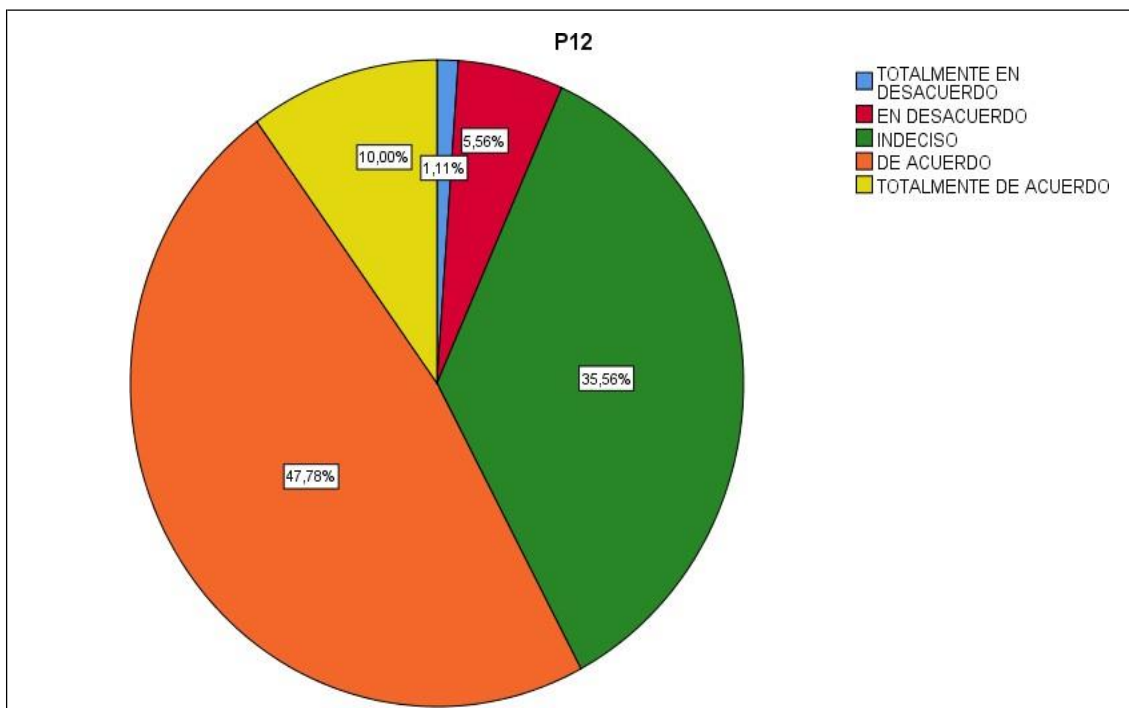
**Figura A4.27 Gráfico de sectores de la pregunta 11 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

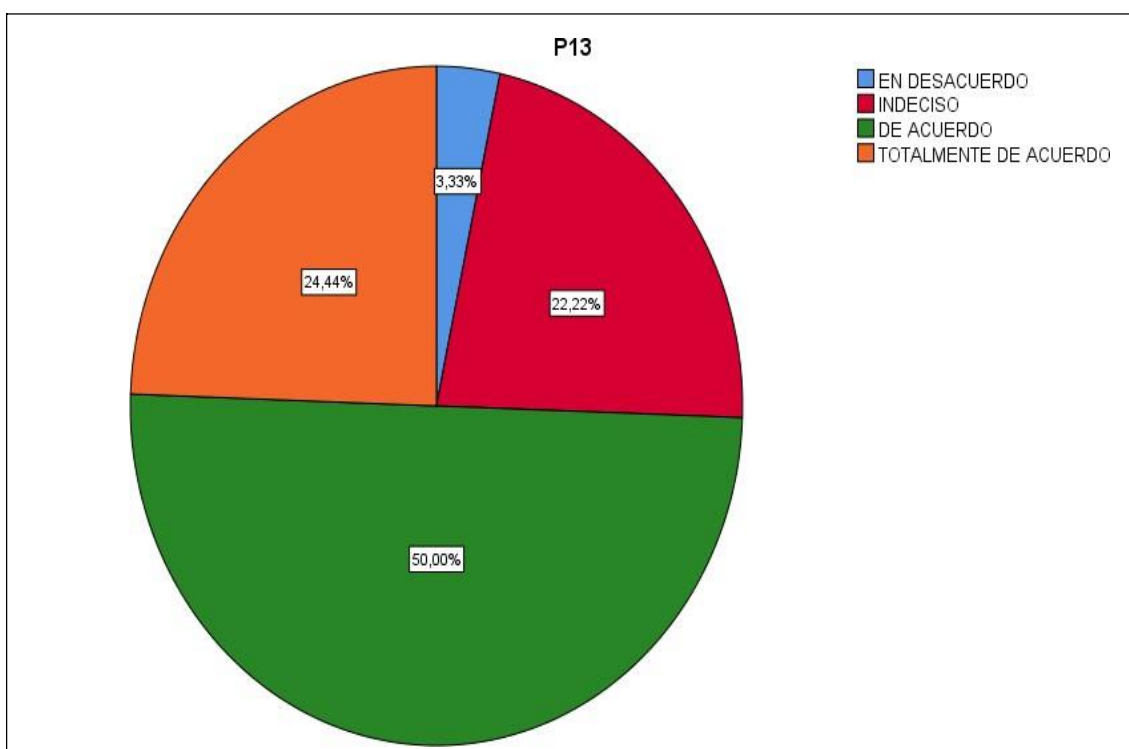
**Figura A4.28 Gráfico de sectores de la pregunta 12 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

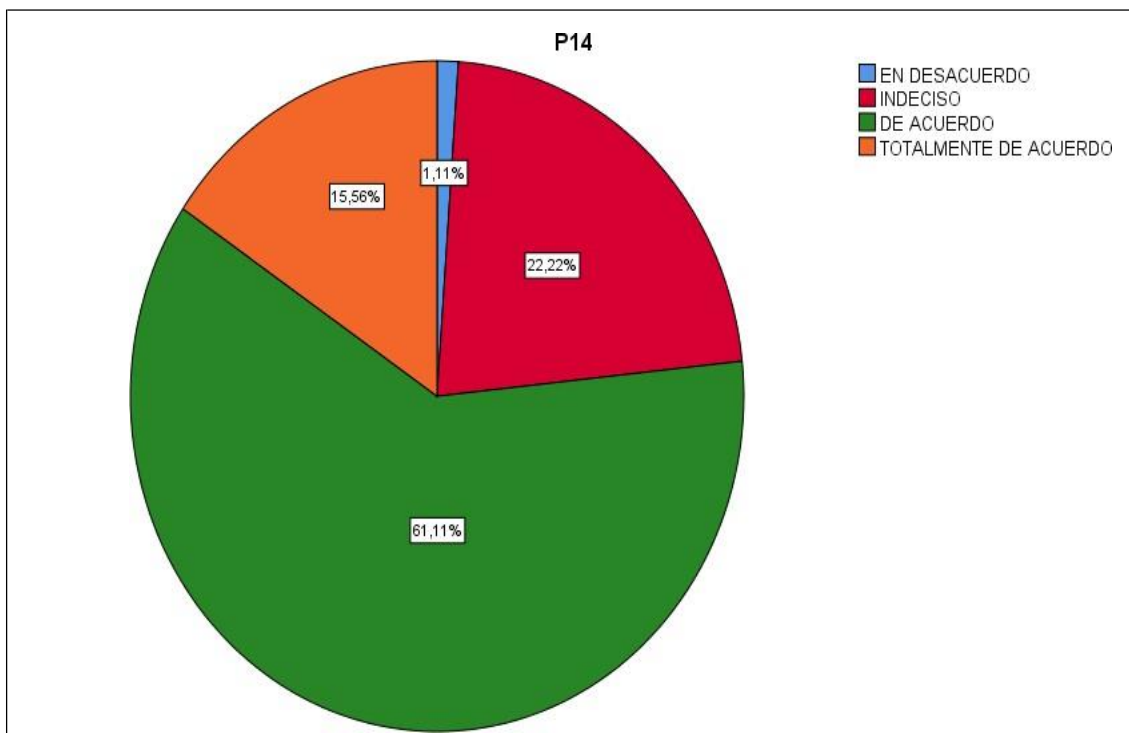
**Figura A4.29 Gráfico de sectores de la pregunta 13 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

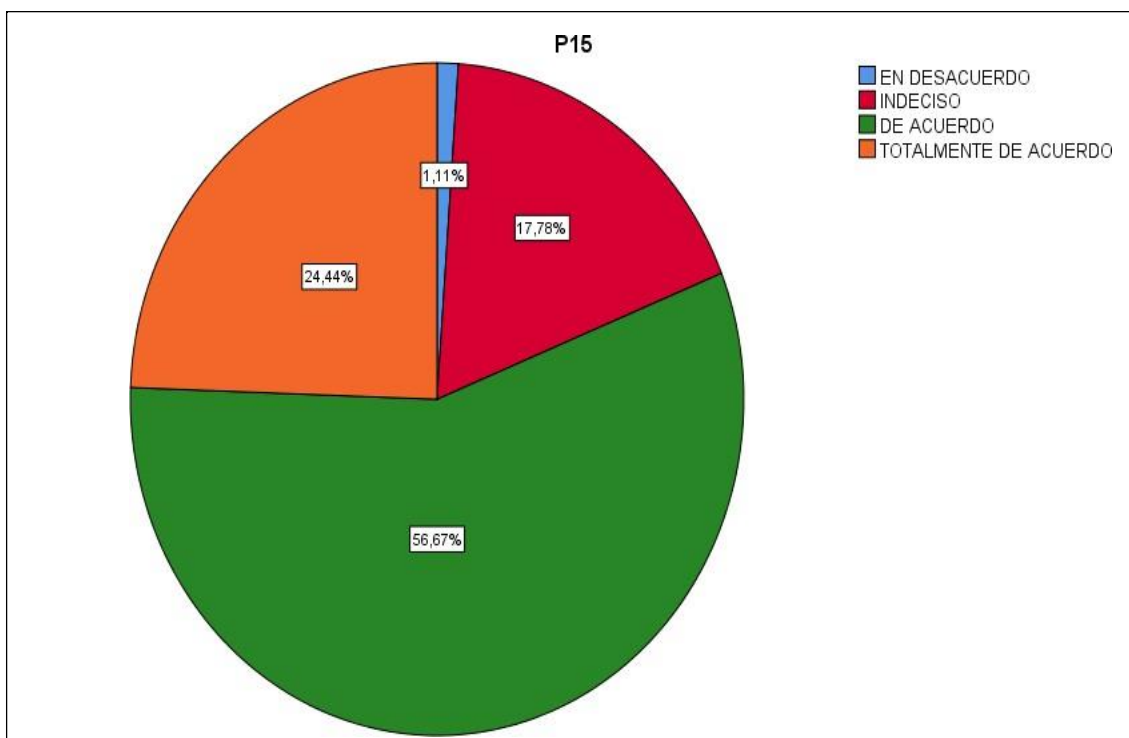
**Figura A4.30 Gráfico de sectores de la pregunta 14 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

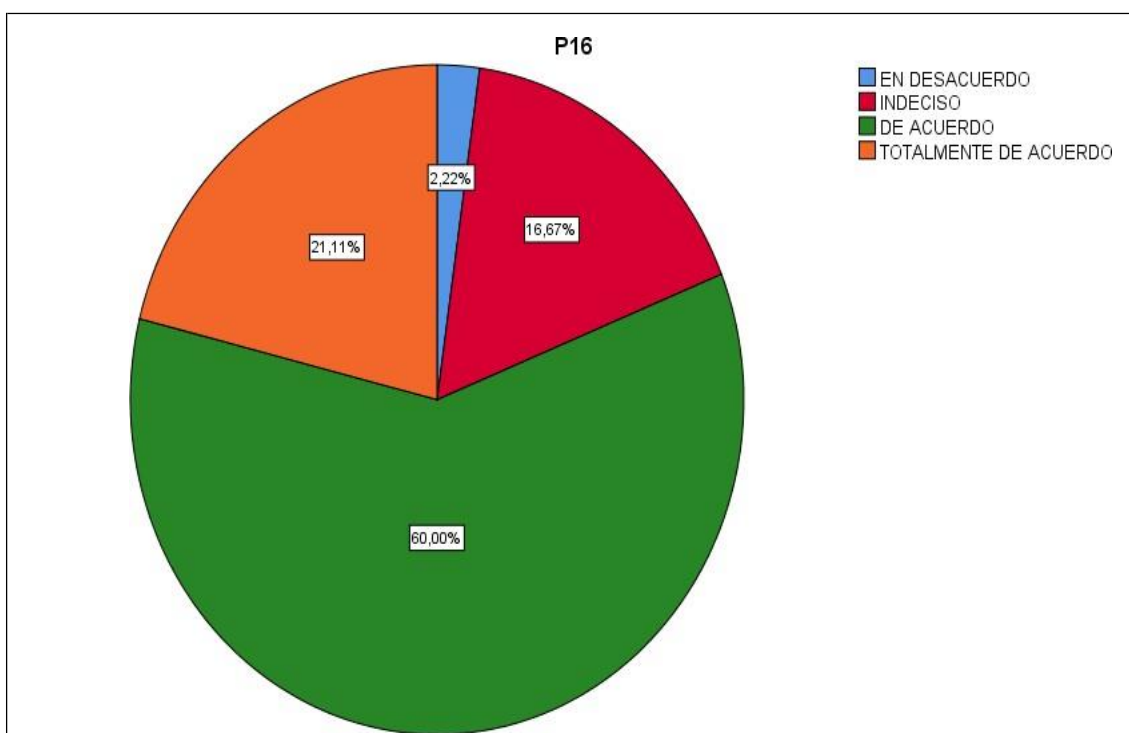
**Figura A4.31 Gráfico de sectores de la pregunta 15 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

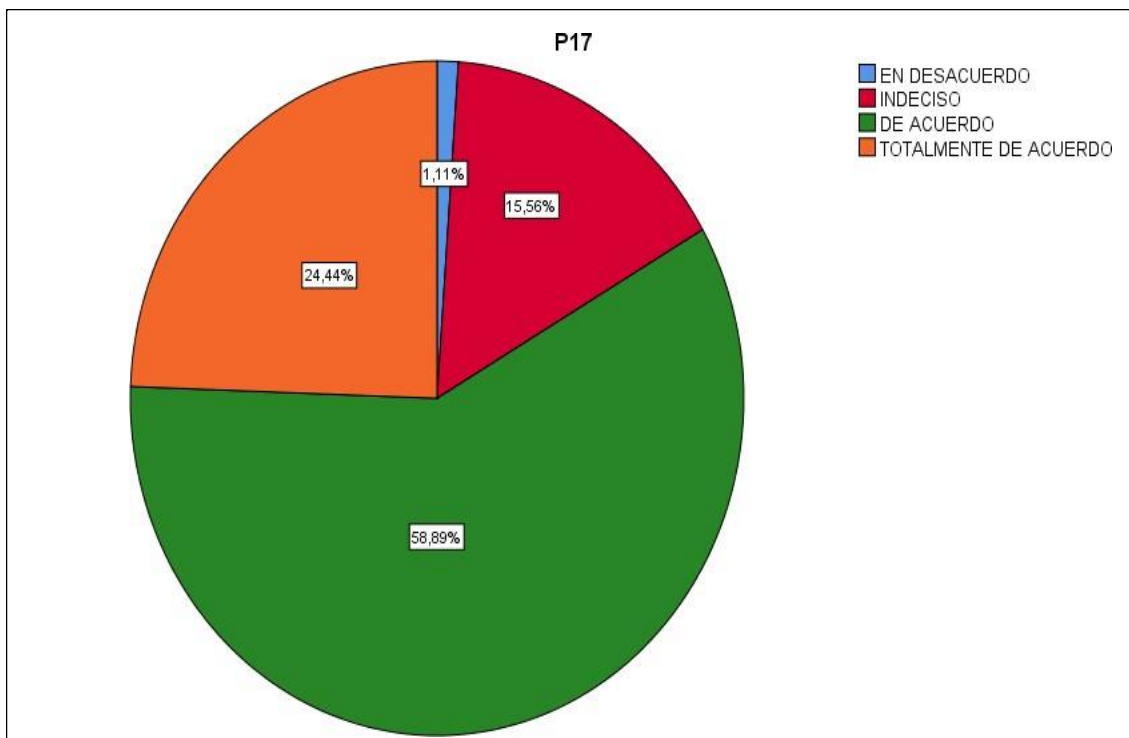
**Figura A4.32 Gráfico de sectores de la pregunta 16 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

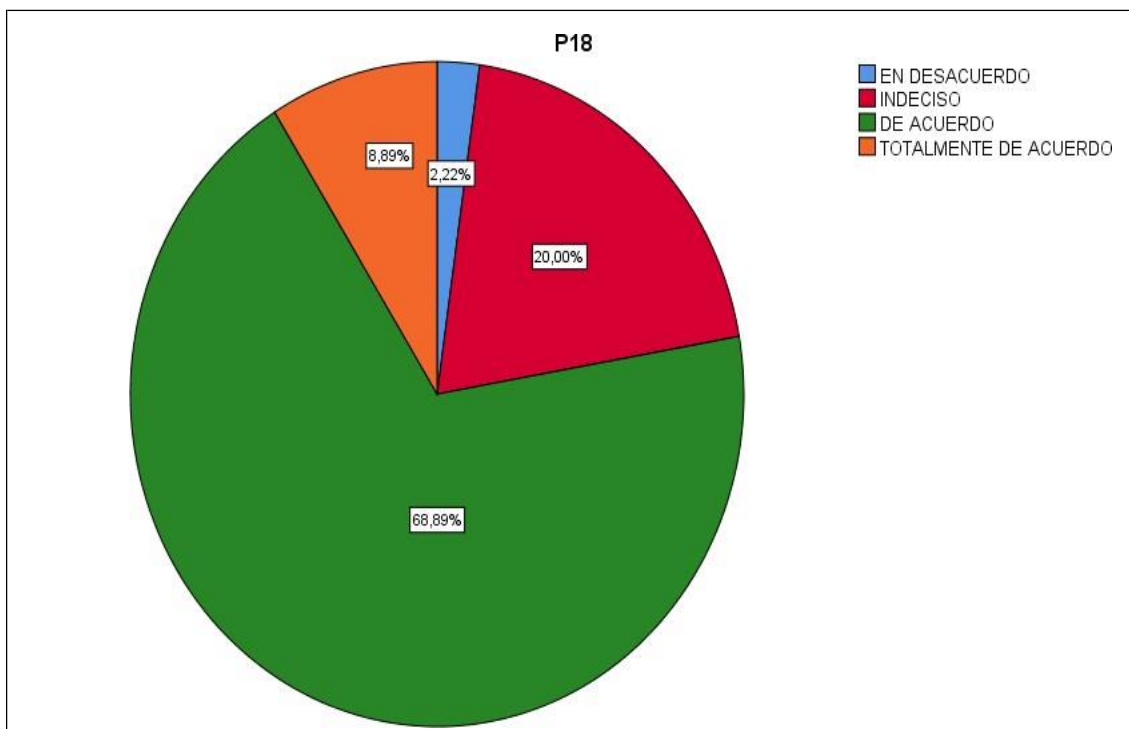
**Figura A4.33 Gráfico de sectores de la pregunta 17 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

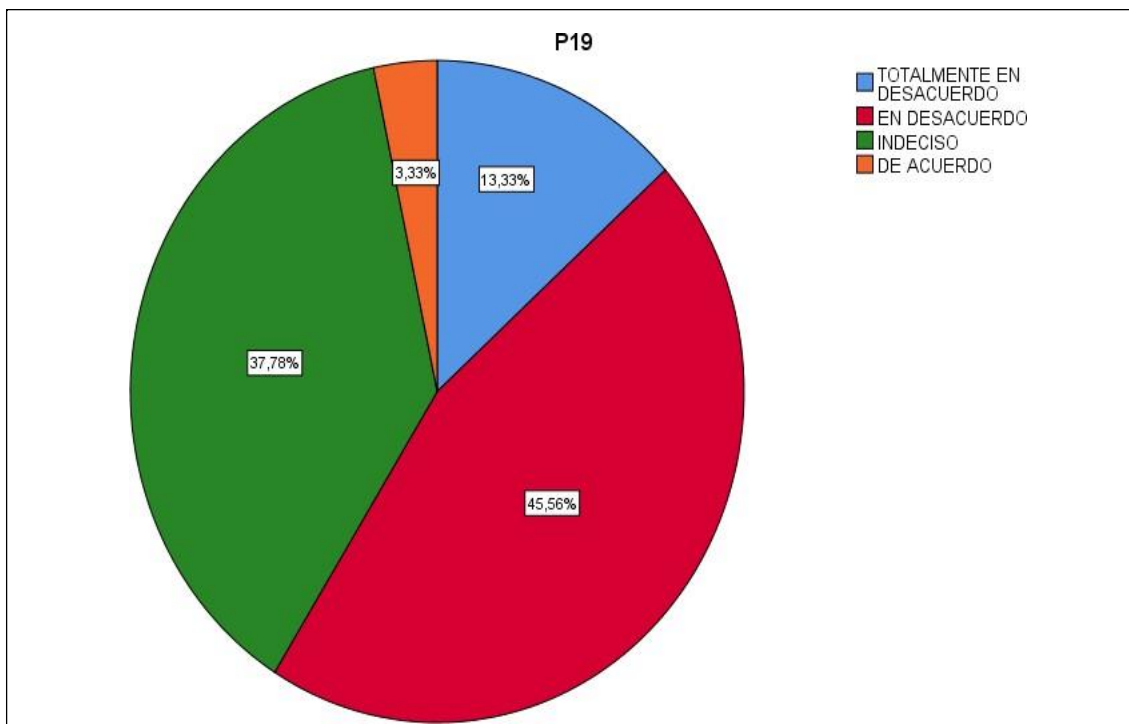
**Figura A4.34 Gráfico de sectores de la pregunta 18 de la encuesta.**



Fuente: Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

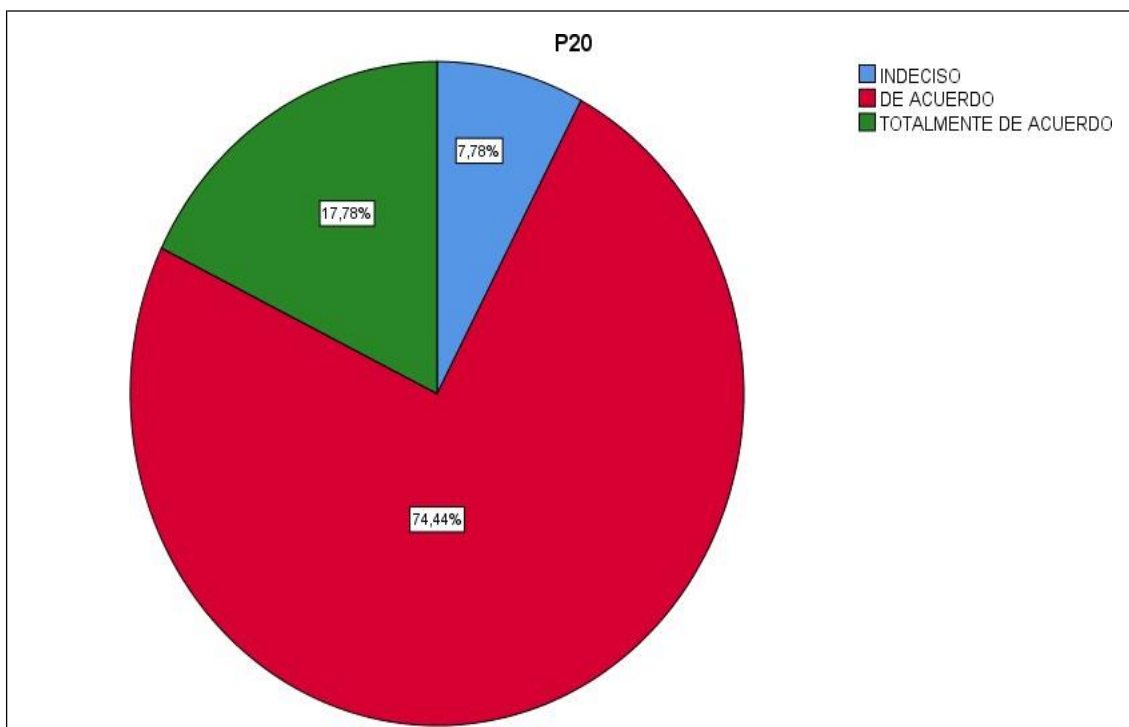
**Figura A4.35 Gráfico de sectores de la pregunta 19 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia

**Figura A4.36 Gráfico de sectores de la pregunta 20 de la encuesta.**



**Fuente:** Pasajeros usuarios de Transporte del sector aéreo.

Elaboración: propia