

RAE

1. **TIPO DE DOCUMENTO:** Trabajo de grado para optar por el título de ADMINISTRADOR DE EMPRESAS.
2. **TITULO:** REVISIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE (SERVICIO EN TIERRA) EN LOS VUELOS INTERNACIONALES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL EL DORADO SEGÚN NORMATIVIDAD DE LOS ENTES REGULADORES.
3. **AUTORES:** Manuel Hernando Garzón Silva, Laura Vanessa Molina Duarte
4. **LUGAR:** Bogotá D.C
5. **FECHA:** 07 DE ABRIL 2014
6. **PALABRAS CLAVES:** Aeropuerto, servicio en tierra, servicio al cliente, calidad, satisfacción, reglamentación, percepción, normatividad, entes reguladores, cliente.
7. **DESCRIPCION DEL TRABAJO:** Este trabajo está enfocado a la revisión profunda de la Calidad y control del Servicio al Cliente (en tierra) de los vuelos internacionales, que presta el Aeropuerto Internacional el Dorado, para así obtener como resultado una comparación entre la percepción de los usuarios con la normatividad de los entes reguladores a nivel nacional, con el fin de dar alternativas de mejora, en los Servicios evaluados que presenten baja calificación.
8. **LINEAS DE INVESTIGACION:** Gestión y Control de las Organizaciones.
9. **METODOLOGIA:** Esta investigación es de tipo Deductivo, con el cual se desea abordar el servicio al cliente de manera general, lógica y coherente; para así llegar a identificar las características implícitas en las normas de servicio al cliente en tierra de los entes reguladores previamente mencionados, los cuales pueden dar razón de las condiciones del problema del presente trabajo.
10. **CONCLUSIONES:** Adoptar el proyecto “Fast Travel” (viaje rápido), que ha sido desarrollado por la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo) donde se implementa y trabaja por ofrecer “Más opciones y más control para los pasajeros y reducir los costes para la industria. Alrededor del 75% de los pasajeros de todo el mundo quiere más opciones de autoservicio.” IATA (2014). implementar puntos rápidos virtuales, los cuales tiene como objetivo proporcionar Información, ayudar y agilizar la asistencia a los Usuarios. Los cuales se encuentran programados para que el Usuario, en caso de situaciones como pérdida de conexión, pueda emitirse allí la tarjeta de embarque para su próximo vuelo e, incluso, el bono de comida y o hotel si corresponde. En la zona de llegadas, proporcionan información sobre la cinta asignada para la recogida de la maleta y, en caso de demora del equipaje, permiten realizar la reclamación del mismo, con la posibilidad de indicar la dirección en la que debe ser entregado el equipaje. invertir en Tecnología Informativa ubicada en las salas de

espera, o zonas más concurridas, que siempre estén recordando al Usuario la Reglamentación, los Derechos y Deberes de Esto logrando que el viajero siempre este muy bien informado y conozca toda la reglamentación.

Con estas tres Recomendaciones Finales, se podría aumentar la fidelización, mantener el Aeropuerto el Dorado a la vanguardia de los grandes países, mejorar el grado de Satisfacción de los Usuarios, contribuyen a las personas a agilizar sus procesos dentro del Aeropuerto, ayudar con el crecimiento de conocimiento de normas a las que se acogen como viajeros, mejorar la Calidad y la prestación de Servicios.

REVISIÓN DEL SERVICIO AL CLIENTE (SERVICIO EN TIERRA) EN LOS VUELOS
INTERNACIONALES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL EL DORADO SEGÚN
NORMATIVIDAD DE LOS ENTES REGULADORES.

TESIS DE GRADO

PRESENTADO POR

MANUEL HERNANDO GARZÓN SILVA

LAURA VANESA MOLINA DUARTE



**UNIVERSIDAD DE
SAN BUENAVENTURA
BOGOTÁ, D.C.**

UNIVERSIDAD DE SAN BUENAVENTURA BOGOTÁ

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES

ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

BOGOTÁ D.C 07 DE ABRIL

2014

Contenido

1	Tema.	7
2	Título.	7
3	Línea de Investigación.....	7
3.1	Gestión y Control de las Organizaciones	7
4	Descripción del Problema	8
4.1	Planteamiento	8
5	Formulación del Problema.	10
6	Justificación de la Investigación.....	10
7	Objetivos	12
7.1	Objetivo General.....	12
7.1.1	Objetivos Específicos.....	12
8	Marco de Referencia.....	13
8.1	Marco Teórico.....	13
8.1.1	Servicio al Cliente.	13
8.1.2	Fundamentos Relacionados con Marketing de Servicios.	14
	Dimensiones del Marketing Relacional	16
8.1.3	Teoría de Calidad.....	17
8.1.4	Teoría Clásica de la administración.	19
8.2	Teoría de las Necesidades Humanas.....	20
9	Marco Conceptual.....	21
9.1	Calidad.....	21
9.2	Gestión de la Calidad.....	21
9.2.1	Cliente.....	22
9.2.2	Características del Servicio al Cliente	22

9.3	Satisfacción de los Clientes.....	23
10	Marco Contextual	25
	Aeropuerto Internacional el Dorado	25
10.1	Marco Legal	28
11	Diseño Metodológico.....	30
11.1	Tipo de Estudio	30
11.2	Método de investigación.....	31
11.3	Técnicas de Recolección de Información	31
11.4	Encuestas.....	31
12	Alcance	33
13	Ficha Técnica	34
13.1	Tipo: Encuesta.....	34
13.2	Cuantificación	35
	Formato de la encuesta en español. (Anexo 1)	36
	Formato de la encuesta en Inglés. (Anexo 2)	37
14	Población.....	38
15	Muestra	38
15.1	Tipo de Muestra.....	38
16	Validación del Instrumento	40
17	Técnicas de Análisis.....	40
18	PRIMER CAPITULO.	41
18.1	Especificidades de la Población y la Muestra.	42
18.2	Aplicación del Instrumento.....	42
18.3	Conteo de las Encuestas y Validación.	46
18.4	Tabulación y Muestra de Resultados.	46

18.4.1	Servicio Evaluado.....	47
18.4.2	Escala de Medición.	47
18.4.3	Resultados.....	48
18.5	Conclusión del Primer Capítulo.....	54
19	SEGUNDO CAPITULO.....	55
19.1	Determinar la Normatividad de los entes reguladores Aeronáuticos en materia de Calidad del Servicio al Cliente.	55
19.2	Capacidad del Aeropuerto.....	60
19.3	Políticas de Calidad del Servicio al Cliente, Referentes a los entes Reguladores Aeroportuarios en Colombia.	64
19.4	Aportes a la Investigación Normas, Derechos y Deberes de los Usuarios del Aeropuerto el Dorado.	70
19.5	Conclusión del Segundo Capítulo.....	74
20.	TERCER CAPÍTULO.....	75
20.1	Proporcionar alternativas de mejora en la prestación del servicio al cliente (en tierra) en el Aeropuerto internacional el Dorado.	75
20.2	Alternativas de Mejora en los Puntos Críticos Identificados.....	75
20.3	Alternativas de Sostenibilidad en las Áreas de mejor Percepción.....	76
20.4	Recomendaciones Finales.	76
21.	BIBLIOGRAFIA.	80

1 Tema.

Gestión de calidad y servicio al cliente.

2 Título.

Revisión del Servicio al Cliente (servicio en tierra) en los vuelos internacionales del Aeropuerto Internacional el Dorado según Normatividad de los Entes Reguladores.

3 Línea de Investigación.

3.1 Gestión y Control de las Organizaciones

La gestión y el control de las organizaciones como línea de investigación para este trabajo de grado es fundamental, ya que al momento de analizar la Administración Aeroportuaria se identifica, el Servicio al Cliente como factor esencial de las organizaciones para la fidelización y lealtad de los Clientes; de esta manera se revisará si es necesario un plan de mejora en la gestión y el control del Servicio al Cliente en tierra en los vuelos Internacionales del Aeropuerto Internacional el Dorado de Bogotá.

4 Descripción del Problema

4.1 Planteamiento

El servicio al cliente es una parte esencial para el funcionamiento eficiente y eficaz, de cualquier organización, es el área que mantiene una relación directa con los clientes, la que crea una fidelización y supervisa que se preste un servicio adecuado para la satisfacción de estos. Es por ello que este estudio se desarrollara con referencia a los antecedentes presentados tales como el aumento en el flujo de pasajeros, el aumento en los reclamos, la insatisfacción y la no conformidad de los viajeros, que se han hecho latentes en los dos últimos años.

Una de estas consecuencias, la cual es el eje central de esta problemática son los cambios en la infraestructura del Aeropuerto el Dorado supervisados por la; OPAIN¹, empresa que trabaja mancomunado con la Aeronáutica Civil para cumplir con los requerimientos que se exigen para una obra de esta magnitud.

La Aeronáutica Civil Colombiana como autoridad de la Aviación Colombiana es consciente de las distintas problemáticas en materia de Servicio al Cliente; en el informe de Calidad del Servicio de la Aeronáutica civil Colombiana (2011,2012) afirman y reportan un total de 7.827 quejas presentadas por los usuarios en el 2012, lo cual es alarmante y preocupante, pues debido a las mejoras estructurales, dichos inconvenientes del servicio aeroportuario en tierra se corregirían.

¹Es una empresa constituida con el objetivo único de administrar, modernizar, desarrollar comercialmente, expandir, operar y mantener el Aeropuerto Internacional Eldorado. Nuestro actuar está enmarcado dentro del cumplimiento del contrato, calidad de los servicios, los principios de responsabilidad social, protección del ambiente, bienestar y seguridad de sus usuarios y empleados.

Así pues se lograría evitar una serie de inconvenientes, irregularidades e inconformidades que de no ser atendidas, tendrían un impacto tanto en términos de Calidad, Servicio al Cliente y orden Financiero-Administrativo; lo cual generaría multas y sanciones impuestas, tanto de entes reguladores como las mismas aerolíneas.

Teniendo en cuenta la información anterior es necesario revisar estudios previos referentes al Servicio al Cliente antes de los cambios de infraestructura realizados al Aeropuerto Internacional el Dorado, por consiguiente y según la encuesta de Calidad realizada por la Cámara de Comercio al Aeropuerto Internacional el Dorado en (2011) , la calificación global de los pasajeros para este año tuvo un resultado de 3.82% por ciento, la cual mejoro respecto al 2010 donde se encontró un 3.70% por ciento en Calidad. Sin embargo, la calificación es regular cuando se pregunta a los usuarios de los vuelos internacionales sobre la satisfacción con el servicio que se ofrece en el Aeropuerto el Dorado; evidenciando que el 69% por ciento se encuentran satisfechos o muy satisfechos, el 29% por ciento regularmente satisfechos y el 2% por ciento insatisfechos y muy insatisfechos.

Bajo o anteriormente mencionado, se evidencia la necesidad e importancia de evaluar la gestión de Calidad y normas del Servicio al Cliente, para así proponer alternativas de mejora que ayudan a prestar un mejor servicio en tierra, de los vuelos internacionales del Aeropuerto el Dorado.

5 Formulación del Problema.

¿Qué alternativas se pueden generar en la Calidad del Servicio al Cliente (servicio en tierra) en los vuelos Internacionales del Aeropuerto Internacional el Dorado, según la normatividad de los entes reguladores?

6 Justificación de la Investigación.

El Aeropuerto Internacional el Dorado de Bogotá, tras las remodelaciones locativas para unir la terminal principal con el puente aéreo; ha dejado a la vista una serie de inconformidades estructurales y organizacionales que de una u otra forma impactan en el desarrollo adecuado de las operaciones en tierra, en la recepción de pasajeros y en el hall aéreo internacional como tal.

Según encuestas de calidad de servicio del AED realizadas por la Cámara de Comercio (2011), las empresas encargadas (Opain y Aeronautita Civil) en cuanto a la infraestructura y el servicio, la implementación de políticas y estrategias en Gestión de la Calidad; accederán a mejorar en los servicios tales como la capacidad operacional del aeropuerto, calidad del servicio y amabilidad del personal que atiende.

Debido a lo anterior este trabajo está enfocado a la revisión profunda de la Calidad y control del Servicio al Cliente (en tierra) de los vuelos internacionales, que presta el Aeropuerto Internacional el Dorado, para así obtener como resultado una comparación entre la percepción de los usuarios con la normatividad de los entes reguladores a nivel nacional, con el fin de dar alternativas de mejora, en los Servicios evaluados que presenten baja calificación.

Según el Reglamento Aeronáutico Colombiano, RAC (2010), en el artículo 14.3.1.7.3.

Teniendo en cuenta que las operaciones internacionales requieren de las instalaciones y servicios complementarios que van más allá del solo aeródromo; estos al estar dotados con tales instalaciones tendrán el carácter de aeropuerto.

Según los Ingenieros Cubanos Martínez Delgado, J. Lauzardo Rico (2004), a través de todos los sectores industriales la investigación por la excelencia en el servicio se ha convertido en una preocupación creciente y los gerentes han reconocido que la ventaja sustancial competitiva puede ganarse a través de un servicio superior al cliente, e igualmente importante, el servicio al cliente se convierte en un medio poderoso de diferenciar las compañías.

Así bien, es indispensable realizar una revisión profunda del Servicio al Cliente (en tierra) en los vuelos Internacionales en el Aeropuerto el Dorado; debido a las presentes inconsistencias, quejas e inconformidades por parte de los usuarios. Para obtener una comparación entre los resultados obtenidos y la aplicación y ejecución de las normas existentes estipuladas por los entes reguladores, la cual permitirá establecer posibles mejoras en la Calidad de Servicio al Cliente en vuelos internacionales del Aeropuerto el Dorado.

7 Objetivos

7.1 Objetivo General

Identificar alternativas que contribuyan a la Calidad del Servicio al Cliente (servicio en tierra) en los vuelos Internacionales en el Aeropuerto el Dorado, según la normatividad de los entes reguladores.

7.1.1 Objetivos Específicos

1. Diagnosticar el estado del Aeropuerto Internacional el Dorado, según la percepción del usuario, en la Calidad del Servicio al Cliente (en tierra) en los vuelos internacionales.
2. Determinar la normatividad de los entes reguladores Aeronáuticos en materia de Calidad en el Servicio al Cliente (servicio en tierra) en los vuelos internacionales.
3. Proporcionar alternativas de mejora en la prestación del servicio al cliente (en tierra) en el Aeropuerto internacional el Dorado.

8 Marco de Referencia

8.1 Marco Teórico

8.1.1 Servicio al Cliente.

Hoy día se habla del servicio al cliente como ficha fundamental para el éxito de las empresas; bien sean prestadoras de servicios o productoras de bienes para el consumo de la sociedad, y aun cuando el servicio al cliente se vuelve tan importante para las empresas, no podemos olvidar que son los clientes quienes perciben y reciben esa calidad que desean recibir. Es importante conocer el verdadero significado de servicio al cliente y los distintos criterios que a lo largo del tiempo permiten una mayor concepción en el campo de calidad de servicio al cliente en el ámbito administrativo; por lo tanto, el servicio al cliente es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos Gómez Serna, (2009). De igual manera es el conjunto de prestaciones que el cliente espera, además del producto o servicio básico, como consecuencia del precio, la imagen y reputación del mismo Horovitz (1990).

Así pues se puede empezar a desagregar todo lo relacionado con el servicio al cliente y por supuesto el enfoque principal de esta investigación respecto al servicio en tierra de los vuelos internacionales en el Aeropuerto Internacional el Dorado; Algunas teorías administrativas afirman que en todos los sectores de la economía el servicio al cliente y el modo como se presta son factores intangibles que inciden de manera importante en los indicadores de productividad, de efectividad y competitividad Hatz, (1991); Horovitz & Jurgens, (1993); Horovitz, (2000), por esta razón es importante asociar estos indicadores al proceso de servicio en tierra analizándolos y

definiendo su grado de importancia a la hora de entrar a hacer una revisión de Calidad en el Servicio al Cliente en el Aeropuerto Internacional el Dorado.

8.1.2 Fundamentos Relacionados con Marketing de Servicios.

Al ser el Marketing una disciplina, que cada vez toma más fuerza en las organizaciones ayudando a consolidar la relación que se crea con el cliente al momento de ofrecerle un producto o un servicio. (Vínculo que une empresa-cliente). Según Arellano (2001), se ha reforzado la importancia del Marketing de Servicios, de la Calidad del Servicio y la Gestión de Servicios como ramas del Marketing especializada en una categoría especial: el Servicio.

Así mismo Reinares y Ponzoa (2004), definen el marketing relacional como las diferentes acciones e iniciativas desarrolladas por una empresa hacia sus diferentes públicos o hacia un determinado público o segmento de los mismos, dirigidas a conseguir su satisfacción en el tiempo, mediante la oferta de servicios y productos ajustados a sus necesidades y expectativas, incluida la creación de canales de relación estables de intercambio de comunicación y valor añadido, con el objeto de garantizar un clima de confianza, aceptación y aportación de ventajas competitivas que impida la fuga hacia otros competidores

Cabe añadir que Kalwani y Narayandas, (1995), indicaron que las empresas que optan por las relaciones duraderas con los clientes mejoran su rentabilidad en comparación con las que solo fomentan intercambios.

En su aplicación práctica es determinante no olvidar que su objetivo es crear relaciones sólidas y satisfactorias con los clientes, las que han de basarse en adecuar las necesidades del comprador a la oferta del producto que lógicamente debe tener calidad, precio y servicios para configurar un activo que lo haga mantenerse fiel a nuestra empresa en el tiempo (Muñiz, 2001).

El Marketing relacional como argumentaron Morgan Y Hunt (1994), no se limitan a las relaciones duraderas con los clientes, se extiende a todos los componentes del mercado, fomentando vínculos y alianzas estables hacia todas direcciones ver (Figura 1): hacia arriba (proveedores de productos y de servicios), colaterales (competidores, organizaciones no lucrativas y gobierno), hacia abajo (consumidores finales y distribuidores) e internas (departamentos funcionales, empleados y unidades de negocio).

No obstante el Marketing Relacional para esta investigación es un factor importante ya que centra su atención en las relaciones con los clientes, permitiendo un acercamiento a la Calidad del Servicio al Cliente y a la fidelización de los Usuarios.

Dimensiones del Marketing Relacional

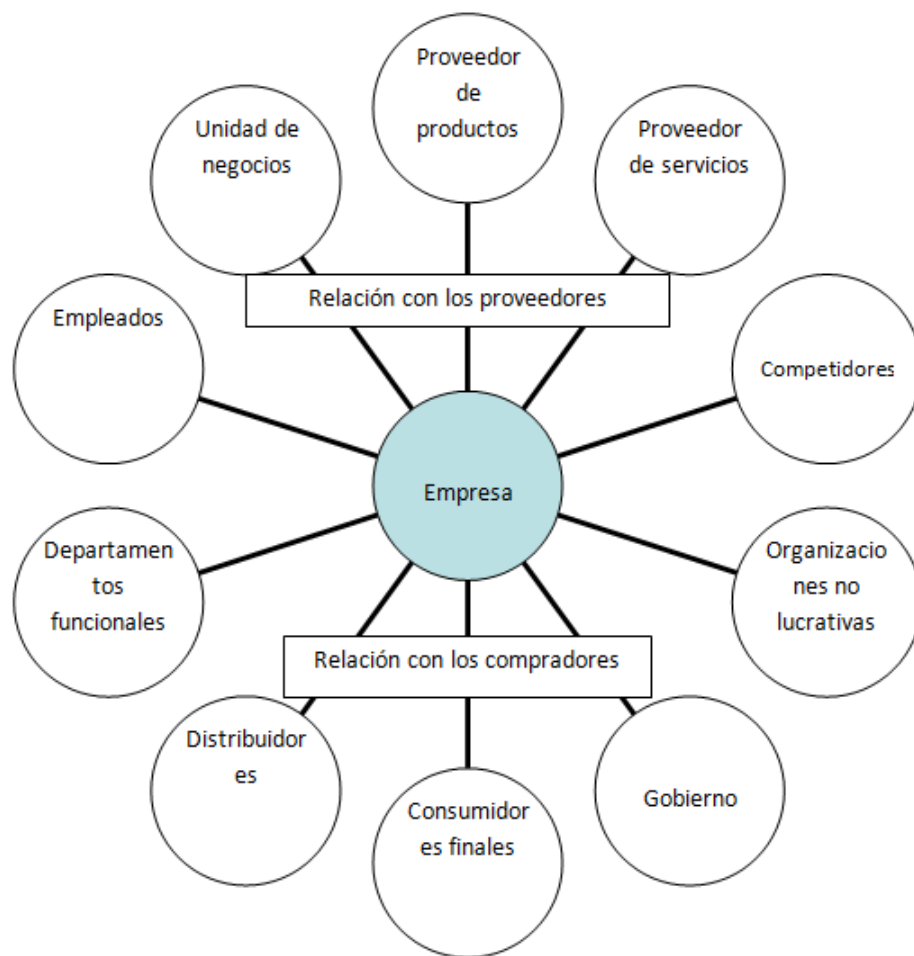


Figura 1. Dimensiones de marketing relacional, elaboración propia.

8.1.3 Teoría de Calidad.

De acuerdo con Juran (1986), define a la calidad como adecuación para el uso, considera que la opinión del usuario es la que indica que la calidad está en el uso real del producto o servicio, aplicó a la calidad dos significados diferentes: característica y ausencia de defectos. Manejar con eficacia estos tipos de calidad significa utilizar lo que ahora parece un concepto muy antiguo de su trilogía de la calidad.

El Dr. Ishikawa (1997) organiza el proceder de la organización para conseguir el control de la calidad en los siguientes pasos:

Planear: Definir metas y objetivos y determinar métodos para alcanzarlos.

Hacer: Proporcionar educación y capacitación. Realizar el trabajo.

Verificar: Constatar los efectos de la realización.

Actuar: Empezar las acciones apropiadas.

Dada la importancia de los criterios de calidad dentro de la metodología promovida por el Dr.

Ishikawa, aquí se incluyen los pasos que él recomienda para estos equipos:

1. Escoger un tema (fijar metas).
2. Aclarar las razones por las cuales se elige dicho tema.
3. Evaluar la situación actual.
4. Analizar (investigar las causas).
5. Establecer medidas correctivas y ponerlas en acción.
6. Evaluar los resultados.
7. Estandarizar y prevenir los errores y su repetición.

8. Repasar y reflexionar, considerar los problemas restantes.
9. Planear para el futuro.

Según la información anterior es necesario establecer el vínculo que existe entre el Servicio al Cliente y la Calidad en el Servicio ya que desde la perspectiva del consumidor las actitudes y las expectativas de dichos conceptos, permitirán comprender el proceso de la medición de la Calidad del Servicio en el Aeropuerto Internacional el Dorado.

Control de la Calidad

El ciclo P H V A

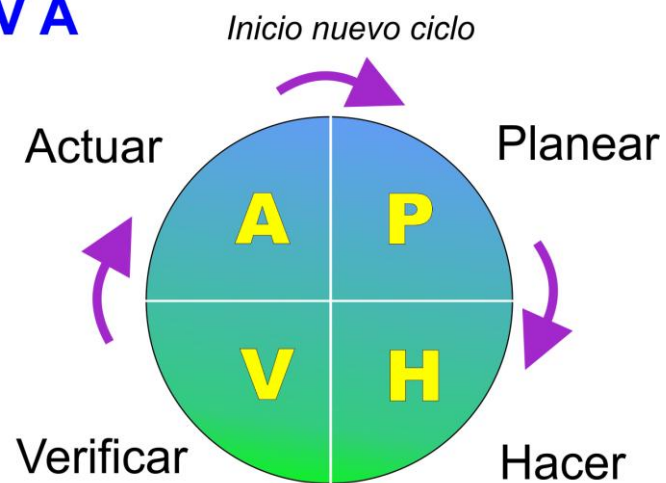


Figura 2. Control de la Calidad

8.1.4 Teoría Clásica de la administración.

En la administración, la teoría clásica se distingue por el énfasis que se le da a las funciones y a la estructura dentro de la organización para conseguir la eficiencia deseada; el máximo exponente de esta teoría fue Henry Fayol en 1916; Fayol presenta las cinco funciones administrativas. (Hurtado, Darío 2008).

- Planeación: involucra la evaluación del futuro y el aprovechamiento en función de él.
- Organización: proporciona todas las cosas útiles al funcionamiento de la empresa y puede ser dividida en organización material y social.
- Dirección: conduce la organización a funcionar. Su objeto es alcanzar el máximo rendimiento de todos los empleados en el interés de los aspectos globales.
- Coordinación: Armoniza todas las actividades del negocio facilitando su trabajo y sus resultados. Sincroniza acciones y adapta los medios a los fines.
- Control: consiste en la verificación para comprobar si todas las cosas ocurren de conformidad con el plan adoptado .Su objetivo es localizar los puntos débiles y los errores para rectificarlos y evitar su repetición.; para Fayol las organizaciones en cierto modo son un todo al igual que la administración.

De este modo puede decirse además que la organización es una unidad social y una función administrativa como unidad social en las que las personas interactúan, se divide en organización formal, que es aquella basada en una división racional del trabajo. Chiavenato, Idalberto, (1989).

8.2 Teoría de las Necesidades Humanas.

Para efectos de la investigación es pertinente conocer posiciones económicas que en un principio en la administración se plantearon; por esta razón es oportuno entender como el ser humano desde su confort personal se exterioriza en sus labores o trabajo. El máximo exponente de esta teoría es Max Neef; un economista que plantea la diferencia entre necesidades y satisfactores. Donde un satisfactor puede contribuir a la satisfacción de distintas necesidades, y a la inversa, una necesidad puede requerir de diversos satisfactores para ser satisfecha. (Neef ,1993).

Por otro lado se debe identificar el tipo de necesidades; las necesidades existenciales y las axiológicas. En primera instancia se reconocieron el ser, tener, hacer, y estar. Las axiológicas o bien conocidas como de subsistencia están relacionadas con: protección, afecto, entendimiento, participación, ocio, creación, identidad y libertad. (Neef, 1993.p 41).

Así pues será necesario a lo largo del proyecto identificar la diferencia entre necesidades y satisfactores en materia de gestión y servicio al cliente que permitan hilar los distintos conceptos y de esa manera dar un sustento teórico valido para abordar el objetivo de esta investigación con mayor profundidad.

9 Marco Conceptual

9.1 Calidad.

Según Cuatrecasas (2010), la calidad puede definirse como el conjunto de características que posee un producto o servicio así como su capacidad de satisfacción de requerimientos del usuario.

La calidad supone que el producto o servicio deberá cumplir con las funciones y especificaciones para las que ha sido diseñada y de esa manera se ajustara a las exigencias del cliente o consumidor.

9.2 Gestión de la Calidad.

Para entender un poco mejor el concepto de servicio al cliente es fundamental que primero se hable de la Gestión de Calidad; y esta debe entenderse como el conjunto de caminos mediante los cuales se consigue la calidad; incorporándolo por lo tanto al proceso de gestión, que es como traducimos el término inglés “Management”, que alude a dirección, gobierno y coordinación de actividades. De este modo, una posible definición de gestión de la calidad seria el modo en que la dirección planifica el futuro implanta los programas y controla los resultados con vista en una mejora permanente. (Duran, Miguel, 1992).

En ese orden de ideas la gestión de la calidad y el servicio al cliente están relacionados, ya que al momento de prestar un servicio, la calidad, eficiencia son un factor esencial, para

controlar y evaluar los distintos comportamientos y procesos que den razón de la satisfacción por parte del cliente que más adelante se profundizara.

9.2.1 Cliente

Es aquel consumidor que adquiere un bien o un servicio de una empresa y satisface en igual o mayor grado sus expectativas, lo cual permite inicial un proceso de fidelización de este bien o servicio que traerá consigo la presencia de un valor agregado: Buen servicio o dicho de otra manera calidad en el servicio al cliente. (Domínguez, Humberto, 2006, p 1-3)

9.2.2 Características del Servicio al Cliente

En relación a este punto Domínguez, Humberto (2006) afirma que entre las características más comunes se encuentran las siguientes:

- a) Es Intangible, no se puede percibir con los sentidos.
- b) Es Perecedero, Se produce y consume instantáneamente.
- c) Es Continuo, quien lo produce es a su vez el proveedor del servicio.
- d) Es Integral, todos los colaboradores forman parte de ella.
- e) La Oferta del servicio, prometer y cumplir.
- f) El Foco del servicio, satisfacción plena del cliente
- g) El Valor agregado, plus al producto.

Para este punto, Domínguez (2006) afirma que: Todas las empresas que manejan el concepto de servicio al cliente tienen las siguientes características:

- a) Conocen a profundidad a sus clientes, tienen, de ellos, bases de datos confiables y manejan sus perfiles.
- b) Realizan investigaciones permanentemente y sistemática sobre el cliente, sus necesidades y sus niveles de satisfacción: auditoria del servicio.
- c) Tienen una estrategia, un sistema de servicio a sus clientes.
- d) Hacen seguimiento permanentemente de los niveles de satisfacción
- e) Toman acciones reales de mejoramiento frente a las necesidades y expectativas de sus clientes, expresadas en los índices de satisfacción.
- f) Participan sistemáticamente a sus clientes internos sobre los niveles de satisfacción de los clientes externos.
- g) Diseñan estrategias de mercadeo interno y venta interna que genera la participación de los clientes internos en la prestación de un servicio de excelencia, partiendo de la satisfacción y compromiso de sus colaboradores.

9.3 Satisfacción de los Clientes

Según Kotler, Philip (2003) la satisfacción de los clientes depende del desempeño que se percibe en un producto o servicio, en cuanto a la entrega de valor en relación con las expectativas del consumidor; si el desempeño del producto o servicio no alcanzó las expectativas, el

consumidor quedara insatisfecho pero si ocurre lo contrario el consumidor quedara satisfecho. Muchas de las quejas y las malas percepciones por parte de usuarios y consumidores a la hora de tener una experiencia de servicio al cliente seguramente está relacionada con la satisfacción de la necesidad demanda y por otro lado el servicio recibido como muestra intangible de la situación.

El servicio al cliente abordado desde la productividad el cual abre un panorama administrativo y podría dar cuenta de un posible efecto; bien sea positivo o negativo. Pues la productividad al estar relacionada con la eficiencia y esta última relacionada a la efectividad; se evidencia una relación clara respecto a si estos tres factores en cuanto si definen los resultados en el servicio al cliente esperado. El servicio al cliente implica actividades orientadas a una tarea, que no sea la venta proactiva, que incluyen interacciones con los clientes en persona. Loverlock, (1990); con lo anterior es pertinente incluir el factor de competitividad que se obtendría si los indicadores ya mencionados anteriormente funcionaran a cabalidad en el proceso de servicio al cliente.

La Identificación y ordenamiento de las características de servicio al cliente; a partir de los criterios identificados y ponderados anteriormente, se puede conocer acerca de cuáles son los indicadores que los clientes tienen como referencia para evaluar la calidad del servicio que reciben de las unidades que constituyen la base para conformar posteriormente las características de calidad (Delgado; Rico; 2004).

Lo anterior hace parte de la gestión de la calidad del servicio y por ende la razón de porque es fundamental tener en cuenta cada aspecto a la hora de establecer el servicio al cliente.

10 Marco Contextual

Aeropuerto Internacional el Dorado



Fuente: Tomado de www.eldorado.aero/t2/index.php

El Aeropuerto Internacional El Dorado (código IATA: BOG, código OACI: SKBO), es el principal y más importante aeropuerto de Colombia. Se encuentra localizado a 15 kilómetros al occidente del centro de Bogotá, en medio de las localidades de Fontibón y Engativá. Opera vuelos nacionales e internacionales. Ocupa un área aproximada de 690 hectáreas

Es el tercer con mayor movimiento de pasajeros en América Latina detrás del Aeropuerto Internacional de Guarulhos de São Paulo, Brasil y del Aeropuerto Internacional de la Ciudad de México, en México.

El aeropuerto recibió su nombre en 1959 en memoria de la famosa leyenda de El Dorado debido a la cual los conquistadores europeos buscaron sin éxito, en sus expediciones en

el continente americano, una "ciudad dorada". La historia de Bogotá y del país en general está estrechamente enlazada con aquella leyenda, ya que cerca de la actual ciudad se encuentra ubicada la Laguna de Guatavita, el lugar donde se celebraba un rito descrito en la famosa leyenda. Este aeropuerto es considerado el más moderno de Latino América.²

En el mundo actual, la importancia de la rapidez, eficiencia y eficacia al momento de prestar servicios como el transporte, la importación o exportación de productos y tecnologías, en suma importancia para tener un desarrollo sostenible.

El término ‘sostenibilidad’ describe la capacidad de un proyecto, o sector, para mantener un nivel aceptable de flujos de beneficios durante toda su vida económica. (Banco Mundial, 1986).

Es por ello que en esta investigación se contextualizara, sobre una de las infraestructuras más importantes para el desarrollo del País. Siendo el Aeropuerto un elemento esencial para la economía, ya que son generadores de un gran porcentaje de beneficios, tales como, la generación de empleos, capital, la facilidad de movilización, el crecimiento de turismo y por ende generación de grandes inversiones y la gran productividad del país.

Estos beneficios dependen de varios factores relacionados con la gestión y calidad de servicio que se presta, ya que si es oportuno, los pasajeros tendrán una mejor percepción del servicio prestado por el Aeropuerto.

Pensando en esto el Aeropuerto Internacional El Dorado, crea una nueva terminal que presenta cambios drásticos en su infraestructura, que son de suma importancia para la prestación

² Información acerca del Aeropuerto tomada de http://es.wikipedia.org/wiki/Aeropuerto_Internacional_El_Dorado

de un servicio y cumplimiento reglamentario según los entes. Es por ello que realizo varios cambios tales como:

La Construcción de nuevo edificio que consiste en 5 niveles prestando los siguientes servicios:

- a) Recibo de pasajeros llegando de viaje, zona de reclamo y selección de equipaje, áreas comerciales, salas de espera remotas y oficinas de plataforma.
- b) Galerías de desembarque, puntos de abordaje / desembarque, inmigración y puntos de transferencia (de nacional a internacional y viceversa o nacional a nacional).
- c) Hall público de salida de viaje de pasajeros, zona de chequeo de pasajeros, zonas comerciales, controles de seguridad, emigración, con posibilidad de flexibilizar su uso de internacional a nacional para dar apoyo a la operación del Aeropuerto. 15 líneas de scanner) y salas de espera, back office (de aerolíneas), salas VIP nacionales.

Aeropuerto Internacional el Dorado Terminal 2



Fuente: Tomado de www.eldorado.aero/t2/index.php

Generando como resultado positivo en la calidad de la prestación de los servicios, la reducción en los tiempos de conexión y el flujo de pasajeros, el crecimiento en el área de atención, el aumento en filtros de seguridad dando una mayor tranquilidad a pasajeros, visitantes y demás públicos; haciendo más ágil todos esos factores anteriormente nombrados. Para el mejoramiento del sistema de Gestión de Calidad.

10.1 Marco Legal

En el contexto Aeronáutico existen reglamentaciones tales como el Reglamento Aeronáutico Colombia (RAC) y las normas de Gestión Calidad a nivel nacional, en cuanto al sistema de control de calidad y el servicio al cliente de pasajeros o usuarios, que nos permiten identificar los principios de eficiencia, modernización, seguridad, facilitación, procedimientos, personal capacitado y atención al usuario, para así mantener y brindar un servicio con eficiencia y calidad a los pasajeros y personas que transiten por el aeropuerto.

Para efectos de este trabajo se ha tenido en cuenta los siguientes entes reguladores, decretos y normas, que permiten tener una mejor claridad de la normatividad en materia aeronáutica para la prestación del Servicio al Cliente (en tierra) en el Aeropuerto Internacional el Dorado.

a) Organización de Aviación civil internacional (OACI)

La Organización de Aviación Civil Conforme a lo establecido en el Art. 44 del Convenio de Chicago de 1944, tiene como objetivo fundamental el fomentar los principios y la técnica de la navegación aérea Internacional, además del apoyo, desarrollo y perfeccionamiento del transporte aéreo internacional.

Dentro de esta investigación lo establecido en el Artículo 44 del convenio de Chicago, se remite a Satisfacer las necesidades de los pueblos del mundo en lo tocante a transportes aéreos seguros, regulares, eficientes y económicos” es el ítem más importante de este articulado, ya que nos habla sobre la eficiencia en la prestación de este servicio y reglamenta a manera internacional de la calidad. Sin embargo no se ondeara en este artículo ya que este anexo es muy general y no especifica condiciones puntuales referentes a la Calidad en el Servicio al Cliente.

b) Aeronáutica civil Colombiana, “Reglamento Aeronáutico Colombiano”(RAC)

La aplicación del RAC y norma técnica calidad de gestión pública NTCGP 1000 como sinergia en la aplicación de este trabajo es vital ya que en su numeral 8.2.1 establece en contexto y como objetivo, (satisfacción del cliente) evaluar dicha satisfacción “como una de las medidas del desempeño del Sistema de Gestión de la Calidad”, dando así un seguimiento a la información relativa a la percepción del cliente respecto al cumplimiento de sus requisitos por parte de ella.

c) Comisión Latinoamericana de aviación civil; resolución a18-03

La resolución A18-03 en su totalidad y como implementación de la reglamentación y normas aplicadas al servicio al cliente. Aporta y ayuda a esta investigación ya que nos habla sobre los criterios y directrices en materia del servicio al cliente y calidad total en los servicios aéreos y aeroportuarios “que es función de la Comisión Latinoamericana de Aviación Civil (CLAC) busca propiciar y apoyar la coordinación y cooperación entre los Estados de la región para el desarrollo ordenado y la mejor utilización del transporte aéreo y de sus instalaciones aeroportuarias, así como, lograr el mejoramiento de la facilitación y tránsito de pasajeros, carga y correo.

11 Diseño Metodológico.

11.1 Tipo de Estudio

Este proyecto es una investigación de tipo Explicativo, ya que pretende identificar y analizar los criterios de los entes reguladores en materia de Servicio al Cliente en tierra y así dar posibles recomendaciones para el cumplimiento satisfactorio de la normatividad en el Aeropuerto el Dorado a partir del diagnóstico de la percepción de los usuarios en la Calidad del Servicio al Cliente.

11.2 Método de investigación.

El método que se utilizó en esta investigación es de tipo Deductivo, con el cual se desea abordar el servicio al cliente de manera general, lógica y coherente; para así llegar a identificar las características implícitas en las normas de servicio al cliente en tierra de los entes reguladores previamente mencionados, los cuales pueden dar razón de las condiciones del problema del presente trabajo. Este método permite evaluar de manera organizada y concreta la información recopilada durante la investigación, la cual será fundamental para la contribución en materia de servicio al cliente y posibles recomendaciones para el mejoramiento del servicio en tierra en el Aeropuerto el Dorado.

11.3 Técnicas de Recolección de Información

Con el fin de cumplir con el objetivo de esta investigación se requiere realizar encuestas a usuarios de vuelos Internacionales en el Aeropuerto El Dorado.

11.4 Encuestas

Para efectos de esta investigación se tomó la Encuesta³ como la técnica a implementar en el proceso de la recolección de la información. La encuesta es la búsqueda sistemática de

³ Ver encuesta de satisfacción al Cliente Aeronáutica Civil 2010.

información en la que el investigador pregunta a los investigados sobre los datos que desea obtener y posteriormente reúne estos datos individuales para obtener durante la evaluación datos agregados; a diferencia de las demás técnicas de recolección de datos, la encuesta tiene una particularidad y es que se realiza a los entrevistados las mismas preguntas, en el mismo orden, y en una situación social similar. (Díaz de rada, 2001).

Las encuestas se elaborarán con las siguientes características

Idiomas: español (para usuarios colombianos y extranjeros de habla hispana), inglés (para usuarios extranjeros de habla inglesa).

Preguntas Cerradas: El contenido de las preguntas se formuló de tal manera que el encuestado diera como única respuesta cualquiera de los valores preestablecidos.

De esta manera se facilitará y se obtendrá la información la cual será procesada y analizada; para dar posibles recomendaciones a la investigación.

12 Alcance

Teniendo en cuenta el objetivo principal de esta investigación, se tendrá en cuenta los parágrafos (servicio al cliente), contenidos en la normatividad de cada ente regulador ya mencionados anteriormente.

Para este proyecto se diseñó una herramienta (anexo 1) que permitirá conocer el grado de satisfacción de los usuarios del hall (vuelos) internacionales, la cual está basada en la encuesta realizada por la Aeronáutica Civil Colombiana en el año 2010, según los atributos del Sistema de Gestión de calidad que el Aeropuerto el Dorado presta.

La toma de la muestra y recolección de información se llevará a cabo en el Aeropuerto Internacional El Dorado, hall de salida principal.

13 Ficha Técnica

13.1 Tipo: Encuesta

- a) Nombre: servicio al cliente para usuarios del hall Internacional del Aeropuerto el Dorado.
- b) Adaptación: Manuel Garzón y Laura Molina.
- c) Propósito: La encuesta se realizará con el fin de establecer las falencias y aspectos que perciben los usuarios de los vuelos internacionales del Aeropuerto el Dorado; teniendo en cuenta la naturaleza de la investigación y el Objetivo principal, se podrá ondear en posibles recomendaciones para el mejoramiento del servicio al cliente, según la normatividad por parte de los entes reguladores previamente consultados y estudiados.
- d) Criterios de evaluación:

Servicios informativos a pasajeros: Servicios en los que se incluyen información, asesoría, reglamentación aeronáutica, derecho y deberes de los usuarios.

Servicios de Atención a los usuarios: Servicios en los que se incluyen asesoría al cliente, personal capacitado, quejas y reclamos, disponibilidad de personal, carga operacional.

Servicios Aeroportuarios: Servicios en los que se incluyen proyectos de infraestructura aeroportuaria (OPAIN), Seguridad aeroportuaria, Sanidad, salvamento, accesibilidad, rutas de evacuación.

13.2 Cuantificación

- a) CALIFICACION “6”: Los pasajeros se encuentran muy satisfechos con el servicio prestado por parte del Aeropuerto Internacional el Dorado en cuanto al tema de servicio al cliente en tierra.
- b) CALIFICACIÓN “5”: es el ideal en servicio, al que se debe tratar de llegar. Aquí se puede considerar que se está generando factores diferenciadores y mecanismos de fidelización. Se está cumpliendo con las expectativas: “lo deseado” y “lo inesperado” por parte del cliente.
- c) CALIFICACIÓN “4”: nivel aceptable, que no debe generar preocupación, pero muestra que hay bastante por mejorar para alcanzar la excelencia, cumplir metas exigentes en relación con el servicio y, muy especialmente, nivelarse y superar el entorno comercial.
- d) CALIFICACIÓN “3”: aquí el cliente está manifestando niveles de inconformidad y dependiendo de la magnitud y la profundidad de la investigación que genere estos resultados, es momento de prender alarmas, profundizar la observación del aspecto criticado, tomar medidas correctivas y evitar que calificaciones así se conviertan en tendencia.
- e) CALIFICACIÓN “2” o “1”: quien califique así, está manifestando gran molestia con el aspecto evaluado. Hay que analizar cada caso, porque puede haber un problema serio por identificar o puede haber sido un caso coyuntural generado por

Formato de la encuesta en Ingles. (Anexo 2)

SURVEY: AIRPORT CUSTOMER SERVICE SATISFACTION

Name: _____ Trip reason _____

Preferred airline: _____

If 6 being the highest rating and 1 being lowest rating, please evaluate each of the aspects listed below.

		6	5	4	3	2	1	NA/NA
1. Information services to users:	Clear, complete and timely communication							
	Responsiveness							
	Suggestions for make better these services							
	A) _____ B) _____ C) _____							
2. passenger services:	Clear, complete and timely communication							
	Responsiveness							
	Suggestions for make better these services							
	A) _____ B) _____ C) _____							
Airport regulations	Clear, complete and timely communication							
	Responsiveness							
	Suggestions for make better these services							
	A) _____ B) _____ C) _____							

14 Población

Según Antonio Vargas Sabadías (1995); “Llamamos población o universo al conjunto de los elementos que van hacer observados en la realización de un experimento”.

De este modo y para efectos de esta investigación la población identificada serán los usuarios de vuelos internacionales del Aeropuerto El Dorado.

15 Muestra

En pro de la consecución de los mejores resultados de esta investigación, según Sheldon, Ross (2005) la muestra debe ser en algún sentido, representativa de dicha población. Con lo que complementa Esteban Ildefonso, Abascal Helena (2009), se entiende que la muestra ha sido elegida forma q todos los elementos de la población tengan la misma posibilidad de estar en la muestra.

Con lo anterior se pudo determinar la muestra como: Hombres y Mujeres, pasajeros de vuelos Internacionales provenientes de todos los países que ingresen a Colombia; a la cual se aplicara una cantidad de 50 encuestas en el tiempo establecido.

15.1 Tipo de Muestra.

Para este proyecto se empleará el Muestreo probabilístico aleatorio simple, (muestra al azar); el cual tiene las siguientes características según Esteban Ildefonso, Abascal Helena (2009).

Tipo de muestreo	Características	Utilidad
• Aleatorio simple no probabilístico: Todos los elementos de la población puede ser elegidos y la cantidad es representativa respecto al total de la población.	• Sencillez de selección de muestras. • Todos los individuos tienen las mismas probabilidades de ser seleccionados. • Se puede medir y acotar el error o la precisión. • Requiere una localización previa de los elementos de la población.	• Se emplea para hacer estimaciones en poblaciones Homogéneas. ■ Permite que la muestra sea representativa debido a los criterios ya determinados.

Fuente: Elaboración propia, tomado de Fundamentos y técnicas de investigación comercial (2009).

Con lo anterior se podrá establecer un resultado óptimo, al momento de aplicar la encuesta, recopilar la información necesaria y precisa que dé cuenta de los factores establecidos del objetivo de esta investigación.

16 Validación del Instrumento

En un inicio la validación del instrumento sería realizada por un grupo especializado de la Facultad de Psicología de la Universidad de San Buenaventura, con el fin de darle vigor y respaldo Académico al instrumento. La validación de la encuesta y la respectiva revisión conto con la asesoría de la docente Jurany Beccie Ramírez Gallego, especialista en probabilidad estadística. La cual con su conocimiento idóneo y Profesional contribuyó en la preparación del instrumento para su correcta presentación y aplicación en el ejercicio investigativo.

17 Técnicas de Análisis

Luego de aplicar el instrumento, se procederá a la tabulación de los datos para conocer los resultados; esta tabulación se realizara por medio de la herramienta de office Excel, la cual permitirá establecer gráficos, tablas dinámicas y demás herramientas estadísticas que ayudaran a concluir y a dar cuenta de los objetivos de este proyecto.

Se podrá analizar la conformidad e inconformidad de los hombres y mujeres encuestados en materia de servicio al cliente, estos resultados serán comparados con la normatividad de los entes reguladores en materia Aeroportuaria anteriormente mencionados con el fin de establecer las posibles recomendaciones, para el mejoramiento del servicio a usuarios y pasajeros del hall y vuelos internacionales en el Aeropuerto el Dorado de Bogotá; por otro lado se tendrán en cuenta los resultados de estudios realizados por la Cámara de Comercio de Bogotá, y la Aeronáutica Civil en los años 2011 y 2012.

Lo anterior se realizara con el propósito de entregar información confiable y precisa, con la que se espera dar respuesta al objetivo de esta investigación.

18 PRIMER CAPITULO.

Diagnosticar el estado del Aeropuerto el Dorado, en materia de Servicio al Cliente mediante ejecución de técnicas para la recolección de datos, aplicadas a los usuarios de vuelos Internacionales.

Con el desarrollo de este Capítulo, se pretende lograr obtener información clara, oportuna y confiable, que permita conocer el grado de satisfacción actual, en materia de Servicio al Cliente respecto a los Servicios que presta la Aeronáutica Civil Colombiana en el Aeropuerto Internacional el Dorado. Para el presente trabajo, se tuvo en cuenta que en el año 2011, la Aeronáutica Civil implemento la Norma NCT GP 1000, enmarcada en el Sistema de Gestión de la Calidad; en relación a este estudio, la Satisfacción del Cliente se establece en el numeral 8.2.1 la cual señala la evaluación de dicha Satisfacción. Por consiguiente evaluar la percepción del cliente respecto al cumplimiento de los requisitos inmersos en la Norma, por medio de la aplicación de una Encuesta permitió conocer el grado de satisfacción de los clientes, basada en los atributos de calidad y los servicios que presta la Aeronáutica Civil, dadas las condiciones de esta investigación

18.1 Especificidades de la Población y la Muestra.

Para efectos de esta investigación, se decidió trabajar con una población determinada de la siguiente manera; hombres y mujeres mayores de (18) dieciocho años usuarios de vuelos internacionales. Esto con el fin de evitar sesgos a la hora de analizar la encuesta aplicada. Se decidió que la encuesta se aplicara en el hall internacional debido a las mejoras en materia de infraestructura que se realizaron en el Aeropuerto el Dorado, para mejorar la infraestructura, el servicio y el tránsito de viajeros en esta ala, así mismo las personas encuestadas fueron personas extranjeras y de nacionalidad colombiana. Considerando que las personas encuestadas se eligieron aleatoriamente debido al tipo de muestra, fue necesario realizar la encuesta tanto en idioma hispano como en inglés, puesto que el contexto en que se tomó la información, las preguntas formuladas también eran necesarias tenerlas en este idioma.

Se realizaron 50 encuestas, siendo una muestra aleatoria no probabilística debido a que al ser tan pocas, el estimado no cumpliría con los requisitos del volumen de pasajero que soporta el Aeropuerto el Dorado en vuelos internacionales; sin embargo las condiciones dadas y especificadas permitieron recopilar información suficiente para analizar la percepción del servicio al cliente en tierra, por los usuarios de vuelos internacionales.

18.2 Aplicación del Instrumento.

El desarrollo de la actividad para la recolección de información mediante un formato de Encuesta, tuvo lugar en la ciudad de Bogotá, específicamente en el ala Occidental del Aeropuerto el Dorado; para lograr obtener información concisa al momento de la aplicación de la encuesta se

consideró realizar una previa investigación sobre las operaciones aéreas del Aeropuerto el Dorado; teniendo en cuenta el histórico de las clases de vuelos, aterrizajes y despegues en un lapso de (3) tres meses atrás de la fecha establecida para la aplicación de la encuesta.

Cabe agregar que no fue al azar la elección del día para dicha actividad; Se logró analizar la información de tal modo que se pudo identificar los días de mayor flujo de pasajeros y de vuelos internacionales; esto se realizó con el fin de evitar sesgos al momento de recopilar la información; para dicho análisis se tomaron en cuenta aspectos como:

- a) Motivo del viaje
- b) Temporada
- c) Clima

Luego de entender la dinámica de como los anteriores factores podrían inferir sobre la muestra en la población encuestada, se tomó la decisión de aplicar la encuesta el día Miércoles 23 de Octubre de 2013. Se realiza este día precisamente porque se observó en la estadística del tercer trimestre del 2013⁴, realizada por La Aeronáutica Civil, que la variación de flujo de pasajeros no es significativa, respecto a días como lo es el lunes y fines de semana. (Ver tabla 1).

⁴ El nuevo dorado : http://www.elnuevodorado.com/estadisticas/documento/Estadisticas_3_Trimestre_del_2013

ESTADÍSTICAS TERCER TRIMESTRE 2013

2013

MES	FECHA	CLASE DE VUELO		GRAN TOTAL	Operaciones Aéreas pasajeros y carga		
		INTERNACIONAL	NACIONAL		Aterrizajes	Despegues	TOTAL
JULIO		352.651	773.644	1.126.295	11.202	11.213	22.415
	1 de julio de 2013	12.290	25.228	37.518	341	350	691
	2 de julio de 2013	11.073	27.857	38.930	382	378	760
	3 de julio de 2013	11.571	27.677	39.248	389	388	777
	4 de julio de 2013	10.678	27.333	38.011	392	393	785
	5 de julio de 2013	11.305	27.250	38.555	386	390	776
	6 de julio de 2013	10.558	21.900	32.458	350	342	692
	7 de julio de 2013	11.406	21.615	33.021	338	338	676
	8 de julio de 2013	11.462	25.515	36.977	371	373	744
	9 de julio de 2013	10.139	24.635	34.774	387	388	775
	10 de julio de 2013	10.810	25.617	36.427	383	386	769
	11 de julio de 2013	10.252	26.961	37.213	394	393	787
	12 de julio de 2013	11.715	27.857	39.572	392	395	787
	13 de julio de 2013	11.546	22.837	34.383	351	351	702
	14 de julio de 2013	11.800	22.149	33.949	344	342	686
	15 de julio de 2013	11.780	25.169	36.949	373	376	749
	16 de julio de 2013	10.630	25.532	36.162	381	382	763
	17 de julio de 2013	10.858	25.509	36.367	387	389	776
	18 de julio de 2013	10.658	27.662	38.320	392	390	782
	19 de julio de 2013	12.330	29.034	41.364	406	402	808
	20 de julio de 2013	10.514	19.272	29.786	305	299	604
	21 de julio de 2013	12.500	23.021	35.521	340	346	686
	22 de julio de 2013	10.859	26.834	37.693	376	380	756
	23 de julio de 2013	11.055	25.103	36.158	394	388	782
	24 de julio de 2013	11.101	25.006	36.107	397	393	790
	25 de julio de 2013	11.122	27.425	38.547	396	401	797
	26 de julio de 2013	12.335	27.498	39.833	381	396	777
	27 de julio de 2013	11.435	20.802	32.237	364	352	716
	28 de julio de 2013	12.447	20.008	32.455	335	339	674
	29 de julio de 2013	12.360	23.414	35.774	378	380	758
	30 de julio de 2013	11.542	23.202	34.744	397	393	790
	31 de julio de 2013	12.520	24.722	37.242	381	384	765
AGOSTO		374.591	751.380	1.125.971	11.487	11.495	22.982
	1 de agosto de 2013	12.300	27.775	40.075	392	398	790
	2 de agosto de 2013	13.339	28.731	42.070	399	400	799
	3 de agosto de 2013	13.531	23.438	36.969	362	354	716
	4 de agosto de 2013	13.498	20.719	34.217	345	349	694
	5 de agosto de 2013	12.868	23.703	36.571	385	385	770
	6 de agosto de 2013	12.451	23.315	35.766	384	375	759
	7 de agosto de 2013	12.789	20.613	33.402	339	349	688
	8 de agosto de 2013	10.677	25.228	35.905	390	384	774
	9 de agosto de 2013	12.596	25.383	37.979	387	399	786
	10 de agosto de 2013	11.610	19.809	31.419	356	348	704
	11 de agosto de 2013	11.865	19.212	31.077	339	338	677
	12 de agosto de 2013	12.146	23.948	36.094	373	375	748
	13 de agosto de 2013	11.245	22.263	33.508	374	370	744
	14 de agosto de 2013	12.130	27.200	39.330	385	385	770
	15 de agosto de 2013	11.958	29.605	41.563	403	402	805
	16 de agosto de 2013	13.446	30.130	43.576	406	406	812
	17 de agosto de 2013	12.683	25.234	37.917	364	358	722
	18 de agosto de 2013	12.327	18.905	31.232	306	300	606
	19 de agosto de 2013	12.566	24.519	37.085	338	360	698
	20 de agosto de 2013	11.061	27.415	38.476	404	398	802
	21 de agosto de 2013	11.401	26.098	37.499	391	399	790
	22 de agosto de 2013	11.079	27.244	38.323	392	394	786
	23 de agosto de 2013	12.300	26.659	38.959	390	395	785
	24 de agosto de 2013	11.307	21.442	32.749	349	344	693
	25 de agosto de 2013	12.030	20.309	32.339	330	335	665
	26 de agosto de 2013	12.309	23.228	35.537	360	353	713
	27 de agosto de 2013	10.849	23.170	34.019	366	371	737
	28 de agosto de 2013	11.007	24.505	35.512	373	367	740
	29 de agosto de 2013	11.216	25.446	36.662	375	378	753
	30 de agosto de 2013	12.293	25.230	37.523	379	380	759
	31 de agosto de 2013	11.714	20.904	32.618	351	346	697

SEPTIEMBRE	337.631	701.099	1.038.730	10.517	10.539	21.056
1 de septiembre de 2013	12.409	19.306	31.715	331	333	664
2 de septiembre de 2013	11.903	22.038	33.941	364	363	727
3 de septiembre de 2013	10.156	21.999	32.155	344	345	689
4 de septiembre de 2013	10.082	24.245	34.327	337	346	683
5 de septiembre de 2013	10.826	28.065	38.891	387	379	766
6 de septiembre de 2013	11.696	26.207	37.903	372	379	751
7 de septiembre de 2013	11.818	22.720	34.538	362	357	719
8 de septiembre de 2013	12.028	20.793	32.821	322	332	654
9 de septiembre de 2013	10.925	22.631	33.556	362	350	712
10 de septiembre de 2013	10.172	24.485	34.657	367	370	737
11 de septiembre de 2013	10.761	24.689	35.450	365	362	727
12 de septiembre de 2013	10.156	25.522	35.678	350	353	703
13 de septiembre de 2013	12.344	26.583	38.927	375	373	748
14 de septiembre de 2013	11.362	20.238	31.600	341	337	678
15 de septiembre de 2013	11.616	19.404	31.020	312	321	633
16 de septiembre de 2013	11.534	22.648	34.182	348	348	696
17 de septiembre de 2013	10.807	22.087	32.894	348	352	700
18 de septiembre de 2013	11.342	24.175	35.517	353	354	707
19 de septiembre de 2013	10.776	26.186	36.962	373	367	740
20 de septiembre de 2013	11.543	25.818	37.361	363	360	723
21 de septiembre de 2013	11.527	20.659	32.186	331	330	661
22 de septiembre de 2013	12.218	20.147	32.365	312	317	629
23 de septiembre de 2013	11.546	23.060	34.606	341	348	689
24 de septiembre de 2013	9.486	23.461	32.947	365	361	726
25 de septiembre de 2013	10.930	25.338	36.268	362	366	728
26 de septiembre de 2013	11.061	26.520	37.581	369	372	741
27 de septiembre de 2013	11.200	26.139	37.339	362	357	719
28 de septiembre de 2013	11.740	20.983	32.723	337	338	675
29 de septiembre de 2013	11.611	21.072	32.683	311	312	623
30 de septiembre de 2013	17.056	23.881	35.937	351	357	708

Tabla 1. Fuente: Aeropuerto el Nuevo dorado, estadística tercer trimestre 2013 aeronáutica civil colombiana.

La tabla anterior muestra el volumen de operaciones tanto de Pasajeros como de Vuelos, discriminados diariamente en los meses Julio, Agosto y Septiembre respectivamente. Con esta información se pudo establecer el día indicado para realizar la Encuesta.

Con la información anterior se logró realizar la encuesta el día establecido, siendo un día típico en la ciudad de Bogotá, el clima estuvo alrededor de 13 a 19 grados Centígrados, basados en la información reportada de la estación Meteorológica del Aeropuerto el dorado.⁵ Fue satisfactoria la aplicación del instrumento durante el día, en un lapso aproximado de 5 horas. Al ser una encuesta bien estructurada y bien formulada se evitaron cuellos de botella en el diligenciamiento de la misma, por otro lado, al ser una encuesta realizada por estudiantes Universitarios para efectos Académicos y en pro de analizar el grado de Satisfacción en la

⁵ Información tomada de: www.tutiempo.net/clima/bogota_eldorado/10-2013.

Calidad en el Servicio al cliente por los viajeros de vuelos Internacionales en el Aeropuerto el Dorado, se evidenció empatía, aceptación y apoyo a la hora de aplicar la Encuesta a las personas escogidas para recolectar la información para esa Investigación.

18.3 Conteo de las Encuestas y Validación.

Una vez realizado el trabajo de campo en la recopilación de la información mediante las Encuestas, se cuentan una a una constatando que se hayan realizado las 50 encuestas previamente estipuladas para tal fin; de igual forma se valida el total diligenciamiento de las preguntas del formato con el fin de garantizar el resultado por medio de la posterior tabulación de la información.

La investigación en campo transcurrió sin contratiempos, se cumplió con lo estipulado en el cronograma de actividades para la realización de las encuestas permitiendo desarrollar el contenido de este trabajo.

18.4 Tabulación y Muestra de Resultados.

Una vez realizado el conteo y la validación de cada Encuesta se tabuló la información recopilada de cada entrevistado, en un archivo de EXCEL previamente ordenado y predefinido para analizar los datos incluidos; a continuación se da a conocer el resultado de las encuestas referentes al Diagnóstico del grado de Satisfacción de la Calidad del servicio al cliente, realizadas a usuarios de Vuelos Internacionales del Aeropuerto el Dorado.

Es necesario tener en cuenta que los Servicios evaluados, se encuentran inmersos en el numeral 8.2.1 de la Norma NCT GP 1000, enmarcada en el Sistema de Gestión de la Calidad, implementado por la Aeronáutica Civil. Para efectos de esta investigación la escala de Medición y Criterios manejados en el instrumento aplicado, fueron los siguientes:

18.4.1 Servicio Evaluado

- Servicios Informativos a Usuarios.
- Servicios de Atención a Pasajeros.
- Reglamentación Aeroportuaria.

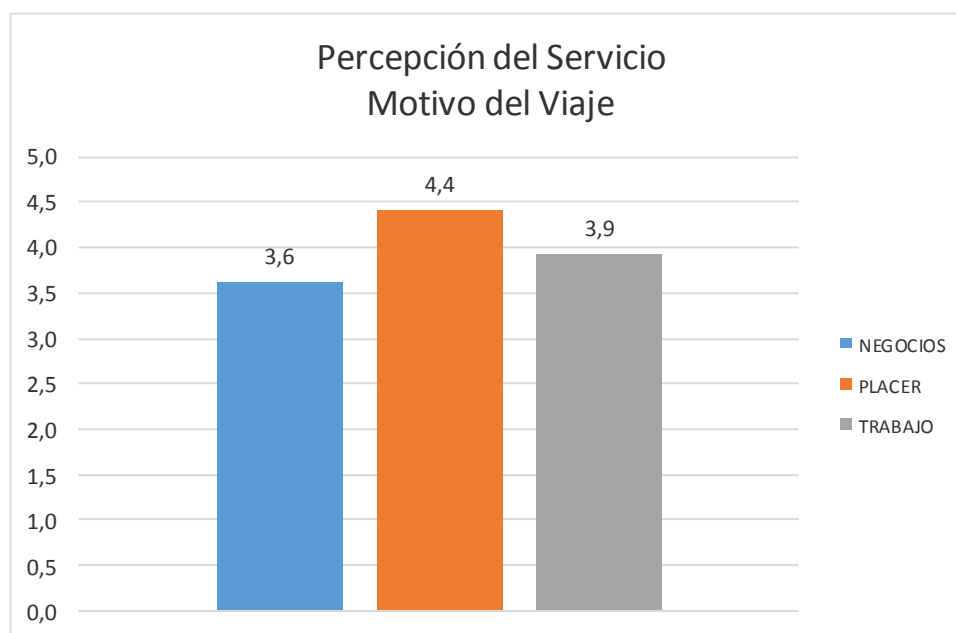
18.4.2 Escala de Medición.

1	2	3	4	5	6
Malo		Regular		Bueno	Excelente

Tabla 2. Fuente: realización propia

18.4.3 Resultados.

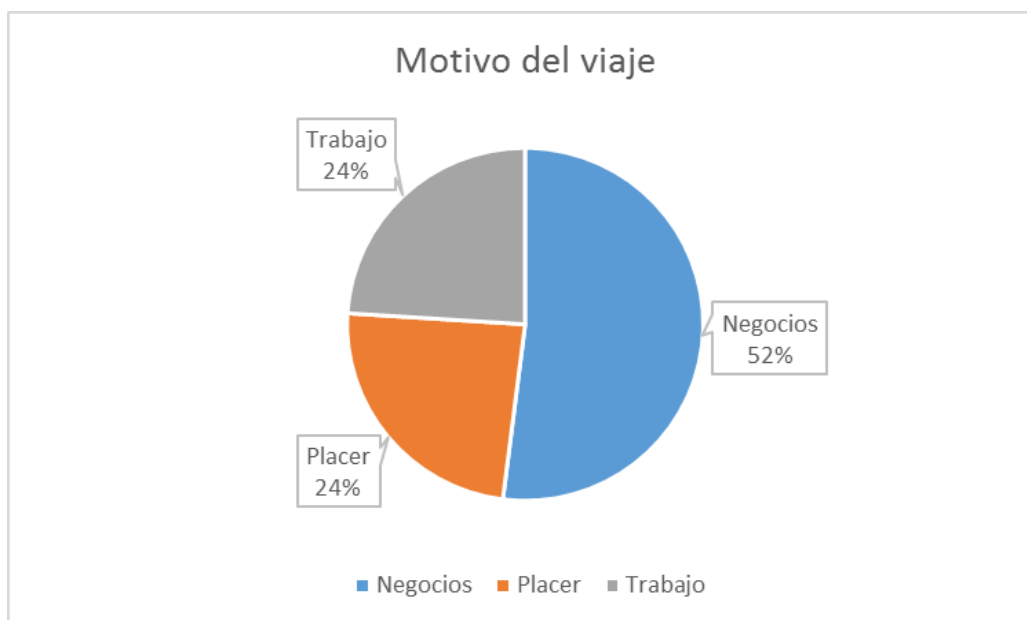
Percepción del Servicio al Cliente, según el Motivo del Viaje



Grafica 1. Fuente: Elaboración Propia.

El primer aspecto analizado de la Encuesta, para el Diagnostico de la Percepción del Servicio al Cliente es el Motivo del Viaje; así pues, los resultados que este arrojo, indica un promedio de satisfacción del 4,4 siendo Regular, correspondiente a los Viajes por Placer, realizados por los encuestados (Ver grafica 1), siendo la más representativa respecto a los que perciben una menor satisfacción en la Calidad del Servicio cuando viajan por Motivos de Negocios o Trabajo.

Principal Motivo del Viaje

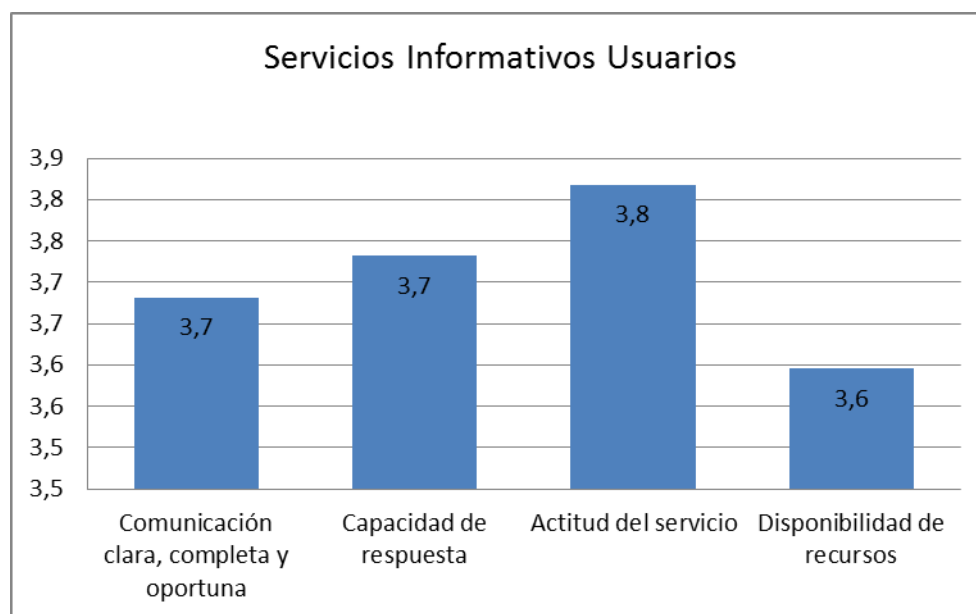


Grafica 2.Fuente: Elaboración propia

En la (grafica 2), se evidencia que a pesar de que la mayor percepción de Satisfacción del Servicio al Cliente al momento de viajar, la representan los viajeros que utilizan el Servicio por Placer, no corresponden al mayor porcentaje de la muestra encuestada; puesto q que las personas que viajan por Negocios constituyen el mayor porcentaje de encuestados.

Por lo tanto, la Percepción de la Calidad en el Servicio al Cliente, según el Motivo del Viaje es indirectamente proporcional al total de la muestra y está relacionada con la experiencia personal de las personas encuestadas.

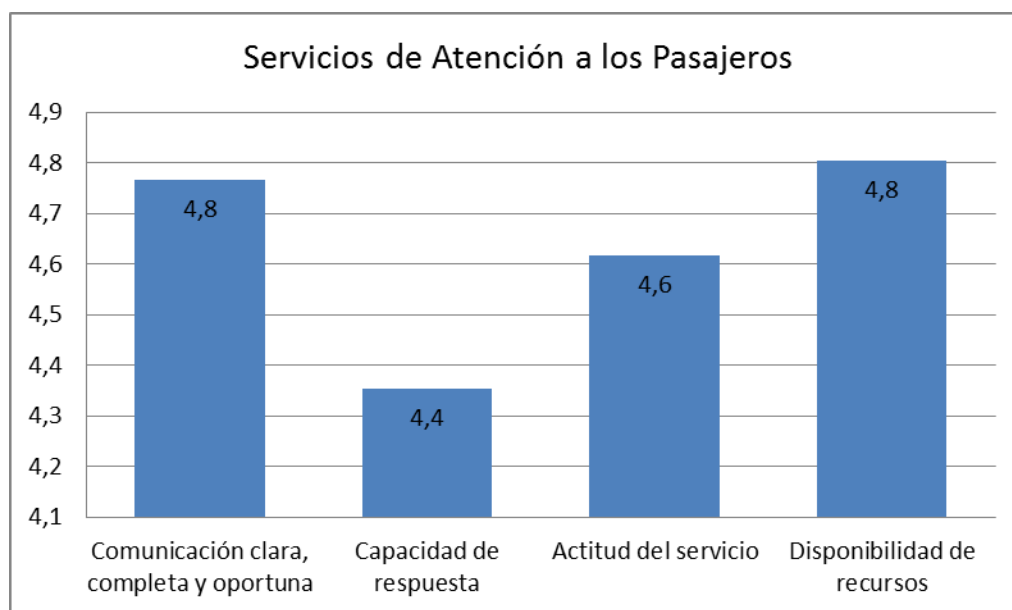
Servicios Informativos a los Usuarios de Vuelos Internacionales.



Grafica 3. Fuente: Elaboración propia.

El Primer Servicio evaluado, corresponde a los Servicios Informativos que ofrece la Aeronáutica Civil en el Aeropuerto el Dorado; la (gráfica 3) muestra, que según el rango de medición, la DISPONIBILIDAD DE LOS RECURSOS tiene una calificación baja, en este caso Regular, correspondiente a un promedio de 3.6, en comparación de la Comunicación Clara, Completa y Oportuna, la Capacidad de Respuesta y la Actitud del Servicio; mostrando así que la Satisfacción en la Calidad del Servicio al Cliente de los pasajeros, se encuentra ligada a los recursos disponibles para encontrar de manera efectiva la información, y así solventar las necesidades inmediatas de los Usuarios.

Servicios de Atención a los Pasajeros.



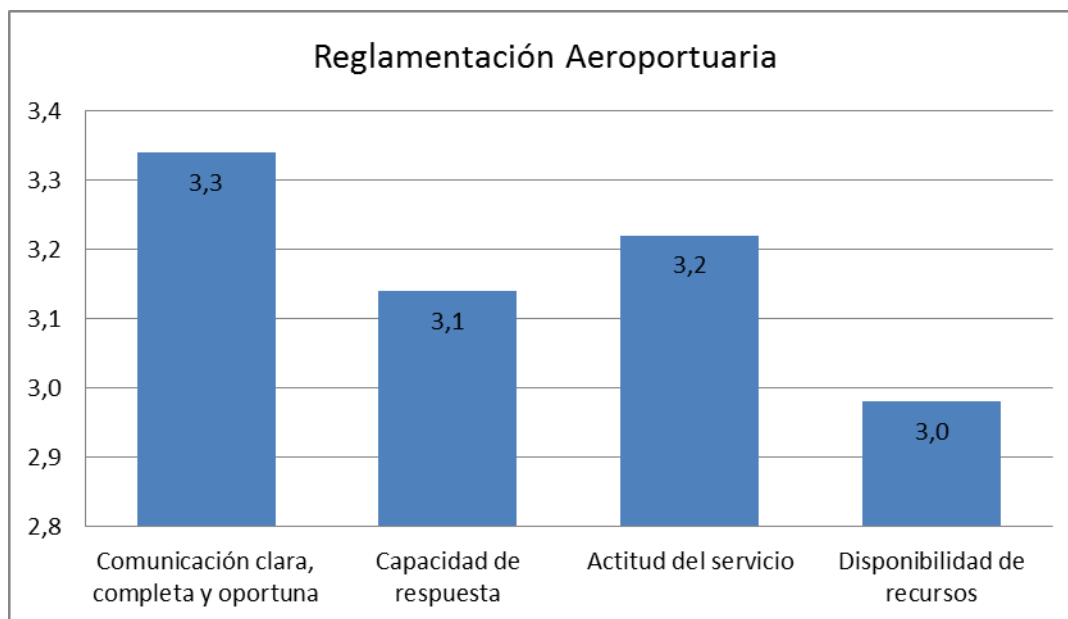
Grafica 4. Fuente: Elaboración propia.

Respecto al Segundo Servicio evaluado, concerniente a los Servicios de Atención a Pasajeros; se evidencia en la (grafica 4), que la CAPACIDAD DE RESPUESTA, muestra un promedio de 4,4 siendo regular y no muy eficaz, frente a la Comunicación Clara, Completa y Oportuna la Actitud del Servicio y Disponibilidad de Recursos, revelando así que los pasajeros encuentran una falencia al momento de solicitar servicios de atención y no encuentran una capacidad de respuesta eficiente.

Aun así, la percepción de Calidad del Servicio por los Usuarios Encuestados, sigue siendo Regular en todos los aspectos de este servicio, debido a que según la escala de medición (4)

cuatro, sigue siendo una calificación regular, y la Comunicación y Disponibilidad son los Servicios que más se acercan a tener una percepción Buena con un promedio de 4.8.

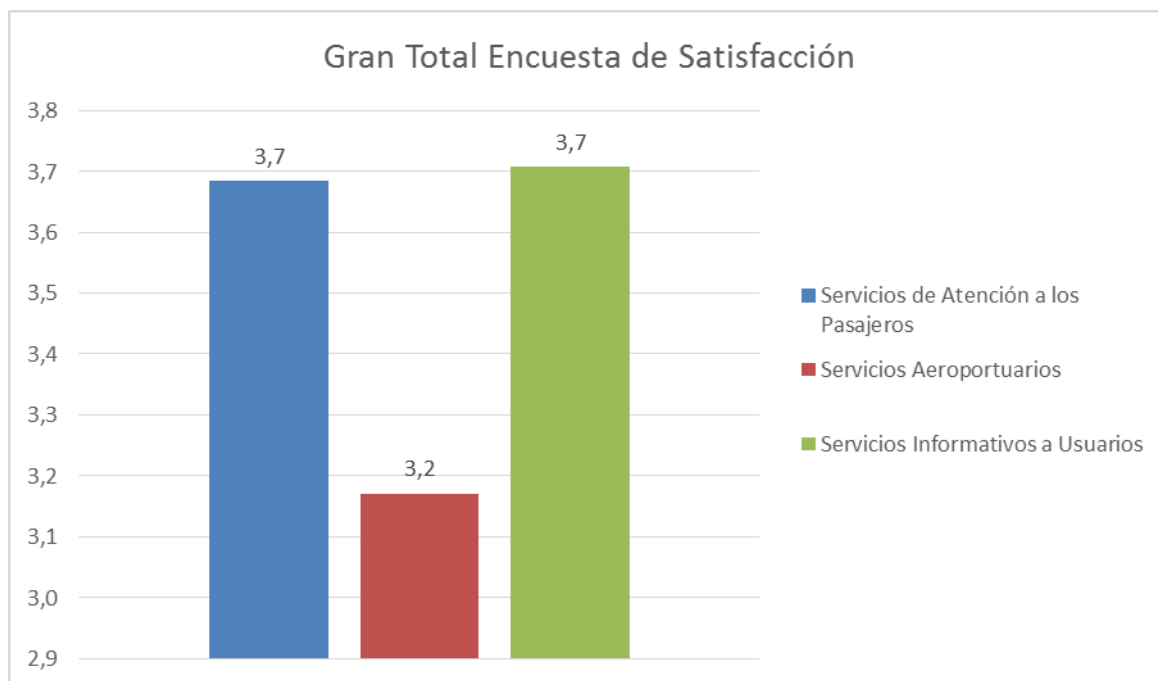
Reglamentación Aeroportuaria



Grafica 5.Fuente: Elaboración propia

La (gráfica 5), pone en evidencia un promedio significativamente bajo, respecto al conocimiento de la Reglamentación que deberían tener los Usuarios, ya que el promedio no supera el 3,3 correspondiente a una calificación Regular, dado en la COMUNICACIÓN CLARA, COMPLETA Y OPORTUNA al momento de solicitar la información. Igualmente la mayoría de los encuestados coincide en la falta de disponibilidad de Recursos para la difusión de Normas, Deberes y Derechos Aeronáuticos para Usuarios.

Gran Total de la Encuesta de Satisfacción de la Calidad del Servicio en Vuelos Internacionales



Grafica 6. Fuente: elaboración propia.

En la (grafica 6), Las estadísticas muestran que los Usuarios tienen una mayor insatisfacción en el conocimiento de la REGLAMENTACIÓN AEROPORTUARIA, identificando así un promedio del 3,2 al momento de realizar su viaje. Esto en comparación con el SERVICIO DE ATENCIÓN A PASAJEROS y el SERVICIO INFORMATIVO A USUARIOS es bastante notorio; sin embargo también es evidente que en ninguno de los Servicios Encuestados se obtuvo una calificación Buena o Excelente .así pues, el Gran Total deja entredicho las puertas abiertas para continuar investigando el tema expuesto, considerando que es necesario hacer un seguimiento a la información relativa en materia de Calidad del Servicio al Cliente, pues para el Diagnostico de este Primer Capítulo se tomaron en cuenta ciertos aspectos puntuales que dan

razón de la Insatisfacción de los Usuarios en Vuelos Internacionales frente a los prestación del Servicio en Tierra.

18.5 Conclusión del Primer Capítulo.

A manera de conclusión, la recolección de la Información mediante la Encuesta de Satisfacción, permitió el Diagnostico sobre la Percepción de la Calidad del Servicio al Cliente en el Aeropuerto el Dorado; el análisis de cada Servicio Evaluado por medio de las Gráficas contribuyeron a dar razón de percepción Regular que presentaron los Usuarios de vuelos Internacionales encuestados en esta investigación.

Así pues, en términos generales se puede tomar positivos los resultados obtenidos de las encuestas, puesto que, permitieron ratificar la problemática en la Calidad del servicio al Cliente que se dieron a conocer al principio de este trabajo.

Frente al Sistema de Gestión de la Calidad NTC GP 1000, (Servicio al Cliente), implementada en el marco Normativo de la Aeronáutica civil Colombiana y respecto a la Encuesta de Satisfacción realizada, se encontró similitud en cuanto a las fallas de carácter Operativo e Informativo en materia de Servicio al Cliente, las cuales perciben los Usuarios de los Vuelos Internacionales, cabe resaltar y recordar que la Muestra para efectos de esta Investigación no es lo suficientemente grande, como para ser representativa de la población, sin embargo en el contexto y en el marco Regulado que se trabajó, los resultados de la encuesta permitieron Diagnosticar el estado del Aeropuerto el Dorado en todo lo que refiere a la Normatividad de la Calidad en el Servicio al Cliente.

19 SEGUNDO CAPITULO.

19.1 Determinar la Normatividad de los entes reguladores Aeronáuticos en materia de Calidad del Servicio al Cliente.

En el marco de esa investigación la Calidad del Servicio al Cliente, está ligada a la reglamentación Colombiana, regida por la Aeronáutica Civil, entidad que regula todas las normas del espacio aéreo y las actividades aéreas colombianas.

El (RAC), como su nombre lo indica es el REGLAMENTO AERONÁUTICO COLOMBIANO, tiene como función normalizar las reglas del espacio aéreo Colombiano, de igual manera el mantenimiento de las aeronaves tanto Civiles como militares, los términos, formas de inspección, procedimientos adecuados en toda aeronave y el debido cuidado legal de las operaciones.

A continuación, según el Numeral 3.10.4., se mencionan los apartes del Sistema de Atención al Usuario, Reglamento Aeronáutico Civil RAC, parte (3) tercera, la cual tiene como finalidad abordar temas de las actividades Aéreas civiles; que darán cuenta de la información recopilada en la encuesta y las directrices inmersas en la norma.

Toda empresa de servicios aéreos comerciales de transporte público regular de pasajeros que opere en Colombia, deberán disponer de un Sistema de Atención al Usuario, con módulos en cada aeropuerto donde opere, a través del cual deberá recibir y

atender, de manera inmediata y personal, las quejas, reclamos o sugerencias de los pasajeros, ofreciendo las soluciones inmediatas que sean pertinentes de acuerdo a las circunstancias, y en su defecto, deberá transferir inmediatamente el requerimiento correspondiente a la persona o dependencia que deba darle solución a la mayor brevedad posible. Este sistema también será aplicable para la reclamación de los pasajeros cuando consideren que se vulneran sus derechos de protección de datos personales, suministrados a transportadores aéreos, sus agentes o intermediarios.

Considerando que el numeral 3.10.4 hace referencia al Sistema de Atención al Usuario y menciona que los operadores Aeroportuarios deben disponer de personal calificado y de espacios propicios para atender los requerimientos de los pasajeros; así pues respecto a la encuesta realizada se evidencia una congruencia en los ítems evaluados de servicios informativos y de servicios de atención a pasajeros.

De manera que, la información obtenida tras la aplicación de la encuesta permitió corroborar que la percepción en la Calidad del Servicio que los Usuarios demandan, no es acorde a las necesidades y no satisface los requerimientos propios que el Aeropuerto debería tener para cumplir con los parámetros estipulados en la Norma.

El servicio de atención al usuario funcionará en coordinación con el servicio de asistencia a familiares de víctimas de accidentes de que trata el numeral 3.10.2.17.1. Nota: Modificado conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013. Publicada en el Diario Oficial N° 48.820 del 13 de Junio de 2013.

Numeral 3.10.4.1. El Sistema de Atención al Usuario en cada aeropuerto, podrá ser implementado con personal especial, dispuesto para el efecto o con el personal que ordinariamente tenga la aerolínea para otras labores siempre y cuando esté convenientemente capacitado y sus labores habituales se lo permitan.

El Numeral 3.10.4.1., expone, uno de los sentidos de mayor trascendencia en materia de Calidad del Servicio al Cliente. La disponibilidad de personal calificado y capacitado para que realice labores directamente relacionadas a la atención a Usuarios es quizá uno de los temas que más concierne al área encargada de suministrar este tipo de apoyo en el Aeropuerto, y es debido a esto que por Normatividad deben existir módulos y demás herramientas eficaces que den solución efectiva a las necesidades que cada Usuario presente.

Numeral 3.10.4.2. El sistema de atención al usuario funcionará durante las horas en las cuales la empresa tenga operaciones y para cada aeropuerto donde opere, lo activará cada día, como mínimo una (1) hora antes del primer vuelo según esté programado en el itinerario, hasta una (1) hora después del último que allí realice, ya sea llegando o saliendo. No obstante, podrá interrumpirlo cada vez que para ella transcurran en dicho aeropuerto, intervalos previamente programados, superiores a dos (2) horas sin ninguna operación y reactivarlo una (1) hora antes de la siguiente según la programación hecha. Modificado conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013. Numeral 3.10.4.3.

Para la presentación de la queja, reclamo o sugerencia, las empresas deberán diseñar y tener disponible para el público formatos de fácil diligenciamiento. Dichos formatos contendrán la información contemplada en el modelo incluido como apéndice de este Capítulo. Cuando las empresas operen internacionalmente, los formatos empleados serán escritos en español y al menos en idioma inglés.

Referente al numeral anterior, los requerimientos de quejas, reclamos y sugerencias, debe ser tomado en cuenta para la prestación del Servicio completo e integral a las necesidades de los pasajeros, dando pronta respuesta con el fin de lograr cumplir los requisitos estipulados en los numerales de la norma a cabalidad.

Numeral 3.10.4.4. Una vez implementado el correspondiente Sistema de Atención al Usuario, cada empresa deberá informarlo a la Oficina de Transporte Aéreo de la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil, indicando su forma y horario de atención, su modus operandi y anexando copia de los formatos implementados. Nota: Modificado conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013.

Concerniente al Numeral 3.10.4.4., el Sistema de Atención al Usuario se convierte en un mecanismo de soporte para dar solución a las exigencia por parte de los Usuarios, así mismo, la Aeronáutica Civil en calidad de Unidad Administrativa

del Aeropuerto el Dorado, podrá ejercer control respecto a la operación y cumplimiento de lo estipulado en la Norma.

Numeral 3.10.4.5. Difusión

Las disposiciones relativas a derechos y deberes de los usuarios y de los transportadores aéreos contenidas en este Reglamento, son de obligatorio cumplimiento por parte del personal de las empresas de aviación y de agencias de viaje a cargo de las ventas de pasajes, reservas y chequeo en mostradores (Counters⁶), así como por parte de los tripulantes y del personal responsable de la atención al usuario, conforme a los numerales precedentes; en consecuencia, debe formar parte de programa entrenamiento que la empresa aérea imparte a dicho personal.

De la misma manera, tales disposiciones sobre derechos y deberes de los usuarios y transportadores aéreos, deberán publicarse de forma constante en la página web del transportador o la agencia de viajes, a través de un vínculo (link) o ventana especial principal. Nota: Modificado conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013. Numeral 3.5.

Las disposiciones del Numeral 3.10.4.5., referente a los Derechos y Deberes de los Usuarios y transportadores, señala que toda Información concerniente a la operatividad, reglamentación y normatividad sean puestas a disposición del personal responsable de la difusión de la misma, esto con el fin de evitar desinformación por parte de Usuarios, personal de las Aerolíneas e inclusive de la misma Aeronáutica civil.

⁶ Personal capacitado para atender los requerimientos de los viajeros, prestando el mejor servicio eficaz y oportuno a cualquier hora. Tomado de: Aeronáutica civil colombiana 2012.

De la misma manera el ente Administrativo debe velar por la debida difusión de la Información, asegurando que:

Cuando no se le informe directamente al pasajero sobre las condiciones generales del contrato de transporte aéreo, el transportador o la agencia de viajes deberán tener disponibles los medios necesarios para que el pasajero consulte dicha información o indicarle el lugar o medio en donde pueda encontrarla. La anterior información deberá estar contenida entre otras, en el contrato de transporte que se incorpore en el tiquete y en el Manual de Pasajes de la aerolínea, o mediante un vínculo o link que permita descargarla cuando se trate de pasajes electrónicos.

19.2 Capacidad del Aeropuerto

La normatividad del RAC, para terminales aéreas cuenta con una serie de numerales enfocados directamente a la capacidad que puede soportar un Aeropuerto; según la categoría y demás estatutos estandarizados bajo normas internacionales. A continuación se cita textualmente los apartados relacionados con el temario de esta investigación tomada el RAC 3. Última actualización.

2.1. Las operaciones aéreas, cualquiera que sea su modalidad, jamás podrán exceder la capacidad o limitaciones del aeropuerto, la pista y su espacio aéreo. La capacidad y limitaciones de un

aeropuerto catalogado como coordinado, serán declaradas y públicas.

2.2. A efectos de coordinar las franjas horarias (SLOT) para las operaciones aéreas en los aeropuertos coordinados, la Dirección de Servicios a la Navegación Aérea de la Unidad Administrativa Especial de Aeronáutica Civil y el correspondiente explotador aeroportuario realizarán estudios para determinar la capacidad disponible de SLOT.

De la información anterior, cabe resaltar que el Ente Administrativo, en este caso la Aeronáutica Civil debe realizar los estudios correspondientes con el fin de que la capacidad del Aeropuerto no exceda su operatividad, para ello y de acuerdo al siguiente numeral 2.2.1 se debe tener en cuenta lo siguiente:

- a) El Explotador aeroportuario calculará la capacidad (para llegadas y salidas) del terminal y plataformas, considerando posiciones de parqueo, puentes de embarque, sala y bandas de equipaje, filtros de inmigración y aduanas; mostradores o CUTE para chequeo de pasajeros y equipaje, sistemas de transporte de equipajes hasta las aeronaves, filtros para emigración, instalaciones de sanidad portuaria y control fitosanitario, salas de embarque y demás instalaciones y servicios que afecten la disponibilidad del aeropuerto, estableciendo la capacidad máxima posible y su disminución o incremento por afectaciones en cualquiera de los elementos anotados hasta llegar a la capacidad real o aproximada. Las personas o entidades que presten servicios de migración*

aduanas y demás controles en los aeropuertos informarán al explotador aeroportuario sobre cualquier eventualidad en sus instalaciones o procedimientos que disminuya su disponibilidad, con el fin de considerarlas en los cálculos de capacidad.

Como primera medida, el Cálculo de la Capacidad operatividad Aeroportuaria debe ser rigurosa, para así evitar los llamados cuello de Botella que afectan los tiempos de la actividad realizada en el Aeropuerto, de acuerdo al numeral 2.1.1, para el chequeo de Pasajeros y equipajes, los servicios e instalaciones deben proporcionar efectividad, calidad y rapidez sin que afecten la operatividad en general.

- b) La Dirección de Servicios a la Navegación Aérea, calculará la capacidad (para llegadas y salidas) del espacio aéreo circundante del aeropuerto coordinado, en el Área Terminal - TMA que le corresponda y su Zona de Tránsito de Aeródromo - ATZ, así como de la pista o pistas y sus calles de rodaje, considerando las capacidades de los servicios de control de aproximación, control de aeródromo, control de superficie y servicios conexos de información y telecomunicaciones aeronáuticas, meteorología y ayudas a la navegación aérea y demás instalaciones y servicios que afecten la disponibilidad del aeropuerto o su espacio aéreo, estableciendo la capacidad máxima posible y su disminución o incremento por afectaciones en cualquiera de los elementos anotados o por condiciones meteorológicas adversas, incidentes o daños que afecten el servicio, hasta llegar a la capacidad real o aproximada.*

Respecto a lo anterior y como segunda medida, cabe considerar que los Servicios de la terminal aérea deben ser acordes a la capacidad de Usuarios según la clasificación del Aeropuerto teniendo en cuenta su infraestructura, volumen y cantidad de usuarios, de esta manera, la Calidad en el Servicio tendrá un impacto positivo y seguramente la percepción de los Usuarios no sería Regular como se evidenció en el análisis del primer Capítulo.

Por otro lado, el Sistema de Atención al Usuario deberá estar atento a cualquier eventualidad reportada por la Aeronáutica Civil, con el fin de dispersar la información de manera eficaz, contribuyendo a prestar un Servicio oportuno en pro de los Usuarios y las operaciones del Aeropuerto. A continuación se cita el debido procedimiento para estos casos, según la Normatividad.

Cuando se programen trabajos de mantenimiento o reparación a las instalaciones, servicios o ayudas para la navegación aérea, tal programación deberá incluir cálculos relativos a la disminución de capacidad del aeropuerto, situación que será informada por parte de la Direcciones de Telecomunicaciones y Ayudas a la Navegación Aérea, la Dirección de Servicios a la Navegación Aérea, la Dirección de Infraestructura o explotador aeroportuario, según el caso, a la Oficina de Coordinación de SLOT, por lo menos con seis (6) meses de antelación. También se informará, tan pronto se conozca, sobre cualquier variación en la capacidad, derivada de daños repentinos que requieran reparación inmediata, modificación en los procedimientos de aeronavegación o cualquier otra circunstancia que disminuya o incremente de manera temporal o permanente la capacidad del espacio aéreo o las pistas; identificando claramente los SLOT que no sea posible utilizar o los nuevos disponibles.

19.3 Políticas de Calidad del Servicio al Cliente, Referentes a los entes Reguladores Aeroportuarios en Colombia.

Para identificar las Políticas de Calidad del Servicio al Cliente, dentro del marco Normativo el Reglamento Aeronáutico Colombiano hace referencia a los diferentes estatutos requeridos para el desarrollo óptimo de las operaciones Aéreas y prestación de Servicio a Usuarios en tierra. Así pues, conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013. Publicada en el Diario Oficial N° 48.820 del 13 de Junio de 2013. RAC parte tercera, señala lo siguiente:

Numeral 3.10.2.13. Incumplimientos y compensaciones

En todos los casos de incumplimiento por parte del transportador deberá informar inmediatamente al pasajero sobre las políticas previstas por la compañía para la correspondiente compensación, sin perjuicio de las normas prevista en este reglamento.

Numeral 3.10.2.13.1. Cancelación, interrupción o demora De conformidad con lo dispuesto por el artículo 1882 del Código de Comercio, cuando el viaje no pueda iniciarse en las condiciones estipuladas o se retrase su iniciación por causa de fuerza mayor o por razones meteorológicas que afecten su seguridad, el transportador quedará liberado de responsabilidad devolviendo el precio del billete. El pasajero podrá en tales casos, exigir la devolución inmediata del precio total sin que haya lugar a penalidad alguna.

Si una vez comenzado el viaje este se interrumpiere por cualquiera de las causas señaladas en el inciso anterior, el transportador quedará obligado a efectuar el transporte de viajeros y equipajes por su cuenta, utilizando el medio más rápido posible hasta dejarlos en su destino, salvo que los pasajeros opten por el reembolso de la parte del precio proporcional al trayecto no recorrido.

De acuerdo al Numeral 3.10.2.13.1. El Usuario tiene el derecho a exigir indemnizaciones, reembolsos y cualquier otro tipo de reparación en caso de presentarse inconvenientes en los vuelos programados, afectando las condiciones estipuladas del Viajero y por ende la inaceptable Calidad en la prestación de los Servicios Aeroportuarios.

3.10.2.13.2. Compensaciones al pasajero

En los casos de cancelaciones, interrupciones o demoras en que no haya tenido lugar el reembolso, conforme a lo previsto en el numeral anterior, o ante cualquier otro evento que sea imputable al transportador, así como en los de sobreventa de cupos, éste compensará al pasajero conforme a lo siguiente:

a) Demoras. Cuando haya demora en la iniciación del vuelo (inicio del rodaje inmediatamente precedente al despegue) y por lo tanto no se cumpla con el horario programado del vuelo, autorizado por la UAEAC , se observará lo siguiente:

- Cuando la demora sea mayor de una (1) hora e inferior a tres (3), se suministrará al pasajero un refrigerio y una comunicación telefónica que no exceda de tres (3) minutos o por el medio más ágil disponible al lugar de destino, o al de origen en caso de conexiones, a requerimiento del pasajero. No obstante, cuando la causa de la demora haya sido superada y sea previsible la pronta salida del vuelo, (dentro de los 15 minutos siguientes) el transportador podrá abstenerse de suministrar esta compensación, si al hacerlo se fueran a ocasionar más demoras. - Cuando la demora sea superior a tres (3) horas e inferior a cinco (5), además de lo anterior, se deberá proporcionar al pasajero alimentos (desayuno, almuerzo o cena, según la hora).

Cuando se presenten demoras, el Usuario está en el deber de informar la situación de manera inmediata al personal dispuesto para manejar este tipo de acontecimientos, esto con el fin dar alcance y pronta respuesta a la inconformidad expuesta, no obstante el ente Administrativo autorizado hará el debido seguimiento a la Aerolínea implicada; pues como se evidencia en la norma, estos tiempos de demora tienen una prórroga ya establecida para estos casos.

Cuando la demora sea superior a cinco (5) horas, además de lo anterior, el transportador deberá compensar al pasajero conforme a lo establecido en el literal f) de este numeral. Sin embargo, cuando esta demora sobrepase de las 10: 00 PM (hora local), la aerolínea deberá proporcionarle, además, hospedaje (si no se encuentra en su lugar de residencia) y gastos de traslado entre el

aeropuerto y el lugar de hospedaje y viceversa, a menos que el pasajero acepte voluntariamente prolongar la espera cuando sea previsible que el vuelo se va a efectuar dentro de un plazo razonable.

Para el caso de demoras con un retraso superior a cinco (5) horas, se debe dar un manejo casi que personalizado y el ente Transportador deberá correr con una compensación integral por los perjuicios causados a los usuarios debido a la demora prolongada.

b) Interrupción del transporte. En los casos de interrupción del transporte, conforme a lo previsto en el numeral anterior, si el pasajero no opta por la devolución de la parte proporcional del precio correspondiente al tramo no cubierto, se le compensará la demora sufrida hasta la reanudación del viaje, conforme a lo indicado en el literal a) precedente.

c) Cancelación. En los casos que la aerolínea decida cancelar el vuelo, teniendo el pasajero reserva confirmada, sin que se hubiese reintegrado el precio del pasaje conforme lo establece el numeral 3.10.2.13.1, se le sufragarán los gastos de hospedaje (si no se encuentra en su lugar de residencia) y gastos de traslado entre el aeropuerto y el lugar de hospedaje y viceversa. Además, si se presenta demora antes de la cancelación del vuelo, el pasajero recibirá las compensaciones previstas en el literal a) según corresponda.

En los casos en que la cancelación no obedezca a fuerza mayor o razones meteorológicas que afecten la seguridad, además de la devolución del precio pagado por el trayecto correspondiente al

vuelo cancelado, se pagará al pasajero una compensación adicional en la forma prevista en el literal f).

Para el caso de la Cancelación del vuelo, se deberá compensar cada implicación afectada, si es necesario cubrir en la totalidad de los gastos ocasionados por el percance, pues es la reputación del entere operador es la más afectada tras la mala Gestión en la Calidad del Servicio, esto en caso de no dar prontitud a los afectados.

Si debido a la cancelación u otra circunstancia, el pasajero fuera transferido a otro vuelo de la misma o de otra aerolínea, se le compensará conforme corresponda al tiempo de espera hasta que salga ese otro vuelo. Si el mismo saliera antes de seis (6) horas, contadas desde la hora prevista para la salida del vuelo original, no habrá lugar a la compensación adicional de que trata el literal f).

- a) *Sobreventa. Si el embarque es denegado por sobreventa, teniendo el pasajero reserva hecha y habiéndose presentado oportunamente en el aeropuerto, el transportador deberá proporcionar el viaje del pasajero a su destino final en el siguiente vuelo disponible de la propia aerolínea, en la misma fecha y en la misma ruta. En caso de no disponer de vuelo, el transportador deberá hacer las gestiones necesarias, por su cuenta, para embarcar al pasajero en otra aerolínea, a la mayor brevedad posible.*

Hace algunos años, la Sobreventa era un problema importante para las Aerolíneas pues la información no estaba sistematizada como en la actualidad, aun así en caso de presentarse inconformidad debido al mal manejo de este proceso, se deberá informar al ente Regulador y posteriormente a la propia Aerolínea para que se subsane el malestar causado al Usuario.

3.10.2.16. Obligación de resultado para el transportador Como resultado del contrato de transporte, en aplicación del Artículo 982 del Código de Comercio, el transportador deberá conducir al pasajero por vía aérea, sano y salvo a su lugar de destino, a la hora convenida conforme a los horarios itinerarios y demás normas contenidas en los reglamentos aeronáuticos, en un término prudencial y por una vía razonablemente directa, sin perjuicio de lo establecido en los numerales 3.10.2.10 y 3.10.2.11 del presente reglamento.

Según los Numerales mencionados en la cita anterior, es deber del Transportador velar por conducir sano y salvo al Usuario, conforme a la Normatividad y Reglamentación Aeronáutica de manera directa y sin perjuicio alguno.

Numeral 3.10.2.18. Instancias de reclamación Frente a cualquier evento de incumplimiento o inconformidad con el servicio recibido, el pasajero podrá acudir a las siguientes instancias:

Formular su reclamación personalmente ante la aerolínea, por escrito o de manera verbal, para que se proceda al arreglo directo

mediante compensaciones o indemnizaciones en desarrollo de una conciliación o transacción.

Formular una queja ante la Autoridad Aeronáutica para que esta proceda a la investigación a que haya lugar, si no se hubiese compensado adecuadamente a dicho pasajero y/o acudir a la vía judicial en demanda de las indemnizaciones pertinentes.

Las reclamaciones frente a algún incumplimiento, son derechos inamovibles dentro de la normatividad, pues radicar las quejas ante el ente Regulado, permitirá que se genere una alerta y con ello una atención notoria, para abordar de manera eficaz la problemática aquejada. Así pues, la Autoridad Reglamentaria tomará medidas para que no se presenten más quejas por el mismo motivo.

Los numerales citados anteriormente fueron tomados Conforme al artículo Primero de la Resolución N° 02591 del 06 de Junio de 2013. Publicada en el Diario Oficial N° 48.820 del 13 de Junio de 2013.

19.4 Aportes a la Investigación Normas, Derechos y Deberes de los Usuarios del Aeropuerto el Dorado.

Según el código de comercio, libro quinto de la navegación capítulo XII del transporte aéreo; se dan las siguientes normas para los pasajeros.

Obligaciones de los usuarios

Cumplir las disposiciones y actividades previas al transporte. El pasajero tiene la obligación de presentarse en el lugar, fecha y hora indicados, también de entregar el correspondiente equipaje, de entregar la mercancía que ha de ser remitida en la forma exigida y con la correspondiente documentación, de seguir las instrucciones del transportista para el embarque, etc. También debe ajustarse a las disposiciones administrativas que regulan el transporte aéreo, cumpliendo con los requisitos que las autoridades tienen establecidos, y que de no ser acatados adecuadamente, podrían hacer imposible el transporte. Ejemplos de dichos requisitos son aquellos que se refieren a pasaportes, sanidad, aduanas, policía, etc.

Con el fin de cumplir con los requisitos establecidos en la Normatividad Aeroportuaria, es deber del Usuario seguir las instrucciones y disposiciones Administrativas de rigores y controles legales.

Incumplimiento total

En este caso, el transporte no se realiza. Este incumplimiento puede ser por falta de iniciación, cuando el transporte ni siquiera ha tenido comienzo, o por falta de conclusión, cuando una vez iniciado, no llega a terminarse. Tanto en uno como en otro caso, los motivos por los que no tiene lugar el cumplimiento del contrato de transporte pueden ser subjetivos, como la voluntad del transportista o la voluntad del usuario.

De ser incumplido algún aspecto enmarcado en libro quinto citado anteriormente, debido sea cual sea la razón por la cual el Transportista no cumplió se dará por

terminado y se informará de inmediato al Ente regulador para tomar las medidas respectivas

Se debe tener en cuenta que la expresión de voluntad o decisión esté o no justificada, ya que esto podría modificar e incluso excluir la responsabilidad. Los motivos por los que no tiene lugar el cumplimiento del contrato del caso fortuito, los vicios de la aeronave, que le impiden la iniciación o la conclusión del vuelo en el que tiene lugar el transporte, los vicios del objeto referidos al transporte de cosas, teniéndose en cuenta que estos vicios deben haberse manifestado después de la aceptación de los objetos por parte del transportista, ya que si se hubieran apreciado con anterioridad, el transportador tendría derecho a la exclusión de la cosa. En estos motivos objetivos también se debe incluir la muerte del pasajero o la destrucción total de las cosas transportadas, ya que en estos casos, aun dándose todas las condiciones necesarias para la realización del transporte aéreo, éste no se llega a efectuar por la ocurrencia de los mencionados hechos.

Otro motivo que da lugar a la exclusión de la responsabilidad tiene que ver con el caso fortuito; en el momento que se llegara a presentar, el transportador presentará el objeto referido tras la aceptación, para realizar el proceso correspondiente por el Ente Regulador.

Incumplimiento parcial

En este caso, el transporte se lleva a cabo, pero de una manera anormal, puesto que no se realiza conforme a las condiciones pactadas o no se efectúa íntegramente respecto a los sujetos u objetos transportados. El incumplimiento parcial puede ser:

Respecto al sujeto. En este caso, tratándose de transporte de personas, estas llegan al punto de destino, pero han sufrido heridas o lesiones, o algún daño como el deterioro de sus efectos personales. Este sería un caso de incumplimiento parcial, puesto que, naturalmente en el contrato se estipula el transporte íntegro del pasajero.

Tras derogar sobre el incumplimiento parcial estipulado en el Transporte íntegro, es necesario acotar sobre el Objeto y la Actividad.

Respecto al Objeto. En este caso, el transporte de equipajes y mercancías se lleva a cabo, pero las cosas transportadas sufren pérdidas parciales, daños, destrucciones o deterioros, causando esto el incumplimiento del contrato.

Respecto a la actividad. En este caso, la salida o la llegada en el transporte aéreo tienen lugar en puntos diferentes a los previstos en el contrato o título de transporte, produciéndose por eso un perjuicio para los usuarios.

En Relación con lo anterior es necesario traer a colación los resultados de la encuesta en materia de la evaluación sobre el conocimiento de Reglamentación aeroportuaria, ya que el desconocimiento de la norma no exime de la responsabilidad en caso de presentarse alguna situación inmersa dentro de los deberes y normas de los pasajeros, es decir, al analizar los datos

obtenidos y la normatividad de los entes reguladores, se deduce que la insatisfacción en la prestación del servicio está en el desconocimiento de las mismas.

19.5 Conclusión del Segundo Capítulo.

Si bien, la Normatividad y Reglamentación Aeroportuaria se desarrollaron durante este Capítulo, el propósito de identificar los rubros de mayor envergadura en la Gestión de la Calidad del Servicio, determinan la importancia de la Información recopilado tras la aplicación de la Encuesta a los Usuarios. Cabe anotar que son los Usuarios quienes están expuestos a los diversos Servicios creados, con el fin de satisfacer los requerimientos de cada uno de ellos.

Cuando se derogan los ítems de la Reglamentación Aeroportuaria, se evidencia que hay estatutos y Normas diseñadas en pro de prestar el Servicio adecuado, según el contexto reglamentario que se presente. Por consiguiente, los resultados obtenidos al evaluar el Conocimiento de la Reglamentación Aeroportuaria fueron los más bajos , pero no por eso significa que no haya una Reglamentación clara y estructurada, de hecho los Usuarios encuestados señalan que no enfocan su atención a temas concernientes a Reglamentación. Sino que prefieren obtener información sobre nuevos destinos de vuelos, nuevas Tecnologías, mayor Atención a Usuarios, facilidad y rapidez en los procesos Aeroportuarios.

20. TERCER CAPÍTULO.

20.1 Proporcionar alternativas de mejora en la prestación del servicio al cliente (en tierra) en el Aeropuerto internacional el Dorado.

Luego de ondear por la normatividad aeroportuaria que rige a Colombia RAC, seguido de analizar los diversos aspectos en materia de la Calidad en el Servicio al Cliente, por medio de la encuesta de Satisfacción, se pudo concluir esta Investigación, de manera clara y con evidencias sustentables el grado de insatisfacción de los Usuarios en cuanto a los servicios prestados en el Aeropuerto Internacional el Dorado.

20.2 Alternativas de Mejora en los Puntos Críticos Identificados.

Como primera instancia y según los resultados reflejados en las Encuestas, se evidencia la correlación como puntos críticos de los Servicios Informativos a Usuarios y la Reglamentación Aeronáutica, debido al promedio dado que no fue superior a 3.8 en una escala de 1 a 6, arrojando una calificación de una prestación del Servicio regular.

Frente a esta situación y luego de analizar la normatividad del RAC, y la NTC GP 1000 del Sistema de Gestión de la Calidad y atención al Usuario, se logra inferir que se deben identificar estrategias de orden Tecnológico, de Comunicación, de Información y Talento Humano, las cuales permitirían fortalecer el área que soporta los requerimientos y Atención al Usuario.

Al momento de analizar si los puntos críticos anteriormente mencionados eran lo que arrojaban el mayor número de inconformidades por parte de los Usuarios, se logró identificar que el principal problema para que no se sientan a gusto con la prestación del Servicio, está ligado a la falta de comunicación, clara, completa y oportuna de Información. Debido a esto los controles en materia de atención a Usuarios que el ente Regulador Normativo RAC.

20.3 Alternativas de Sostenibilidad en las Áreas de mejor Percepción.

Como resultado a la encuesta realizada se lograron identificar Alternativas de Sostenibilidad en la Calidad del Servicio de atención a Usuarios, pues según el resultado obtenido los Usuarios atribuyen una prestación del Servicio y Gestión de Calidad en la disponibilidad de recursos al momento de tener una solicitud con respuesta a comparación de los otros puntos evaluados. Cabe resaltar que al momento de analizar la Información de los encuestados el promedio de mayor grado de Satisfacción se presentó en los viajeros que tienen como motivo visitar la ciudad para ocio, turismo y/o Placer, permitiendo que el paso por el aeropuerto y su viaje en general tenga una posibilidad menos de insatisfacción.

20.4 Recomendaciones Finales.

Evidenciando lo anteriormente expuesto y como recomendaciones Finales de esta investigación, se considera lo siguiente:

Adoptar el proyecto “Fast Travel” (viaje rápido), que ha sido desarrollado por la IATA (Asociación Internacional de Transporte Aéreo) donde se implementa y trabaja por ofrecer “Más opciones y más control para los pasajeros y reducir los costes para la industria. Alrededor del 75% de los pasajeros de todo el mundo quiere más opciones de autoservicio.” IATA (2014).

IATA calcula que la industria podría ahorrarse cerca de 4.000 millones de dólares anuales cuando el programa “Fast Travel” esté plenamente implantado en la mayoría de Aeropuertos a nivel Mundial y, para ello, promueve que seis servicios que prestan las líneas aéreas en el aeropuerto, sean prácticamente auto gestionables por la mayoría de los clientes. Este proyecto ya ha sido implementado en Aeropuertos Internacionales como el de Madrid, Toronto, Lyon de Paris, entre otros.

Teniendo en cuenta lo anterior y ratificando la premisa “el Cliente siempre tiene la razón”, se recomienda adoptar y ofrecer puntos de Atención rápida, donde todos los pasajeros, en especial los pasajeros con discapacidad, puedan en cualquier momento acceder a la Información general del Aeropuerto. De igual manera las recomendaciones Generales dadas por los Usuarios Encuestados se relacionan a continuación, como posibles alternativas que podrían mejorar sustancialmente la Calidad del Servicio al Cliente.

- Controlar y optimizar los recursos
- Facilitar información completa, oportuna y clara a usuarios
- Mejorar el personal Calificado

- Más agilidad y cumplimiento en trámites y servicios
- Más comunicación y cercanía con el usuario
- Mejorar el servicio al cliente
- Simplificar y optimizar trámites

Para esto el Aeropuerto podría implementar puntos rápidos virtuales, los cuales tiene como objetivo proporcionar Información, ayudar y agilizar la asistencia a los Usuarios. Los cuales se encuentran programados para que el Usuario, en caso de situaciones como pérdida de conexión, pueda emitirse allí la tarjeta de embarque para su próximo vuelo e, incluso, el bono de comida y o hotel si corresponde. En la zona de llegadas, proporcionan información sobre la cinta asignada para la recogida de la maleta y, en caso de demora del equipaje, permiten realizar la reclamación del mismo, con la posibilidad de indicar la dirección en la que debe ser entregado el equipaje.

Además encontrarán información en tiempo real sobre el estado y la salida de los vuelos: hora programada, puerta de embarque asignada, plano para llegar a la misma; servicios o puntos de ventas de tiquetes; guías práctica sobre equipajes, asistencia a menores que viajan solos, atención a pasajeros con necesidades especiales, y una amplia información con los derechos de los pasajeros.

En caso de llegar a implementar nuevas Estrategias para el mejoramiento del Servicio, casi que se puede Abordar en su totalidad los aspectos de mayor percepción de insatisfacción presentado por los Usuarios; ofreciendo una oportunidad de autoservicio y mejora Continua,

mejora que también se puede potencializar con el manejo y el incremento de la Información que se les ofrece a los pasajeros. Información veraz y específica sobre sus derechos y deberes.

Para ella se recomienda invertir en Tecnología Informativa ubicada en las salas de espera, o zonas más concurridas, que siempre estén recordando al Usuario la Reglamentación, los Derechos y Deberes de Esto logrando que el viajero siempre este muy bien informado y conozca toda la reglamentación.

Con estas tres Recomendaciones Finales, se podría aumentar la fidelización, mantener el Aeropuerto el Dorado a la vanguardia de los grandes países, mejorar el grado de Satisfacción de los Usuarios, contribuyen a las personas a agilizar sus procesos dentro del Aeropuerto, ayudar con el crecimiento de conocimiento de normas a las que se acogen como viajeros, mejorar la Calidad y la prestación de Servicios.

Así pues se da por concluida esta Investigación, dejando aportes significativos en materia de Servicio al Cliente Aeroportuario y las diferentes Recomendaciones y Estrategias que dieron razón a la problemática evidenciada y abordada durante todo este Documento.

21. BIBLIOGRAFIA.

- Arellano, R. (2001). *Comportamiento del consumidor*. México D.F., México: Mc Graw Hill.
- Cuatrecasas, L (2010). *Gestión integral de la calidad: Implantación, control y certificación*. Barcelona, Profit editorial. p 19-20.
- Chiavenato, Idalberto (1989). *Introducción a la Teoría General de la Administración McGraw-Hill*. México, Tercera Edición Naucalpan de Juárez.
- Delgado E. Martínez, Rico J. Lauzardo (2004). *El servicio al cliente: una necesidad imperante en la calidad de la industria*. Instituto Superior Politécnico José Antonio Echeverría, Cuba.
- Domínguez, Humberto (2006). *El servicio invisible: fundamento de un buen servicio al cliente*. Colombia, ECOE ediciones.
- Della, Vecchia (2009). *Hoy y siempre los clientes son Primero*. Esdai.
- Díaz de rada, Vidal (2001). *Diseño y elaboración de cuestionarios para la investigación comercial*. España, ESIC.
- Esteban, Ildefonso; Fernández, Abascal (2009). *fundamentos y técnicas de investigación comercial*. España. Editorial ESIC.
- Guardia, Joan; Però, Maribel (2001). *Esquema de estadística: Aplicaciones en intervención ambiental*. España Publicación de la Universidad de Barcelona.

- Hurtado, Darío (2008) *Principios de administración*. Medellín-Colombia, Instituto tecnológico metropolitano. ED IMT.p79-79.
- Reinares, Pedro y Ponzoa, José (2004) *Marketing Relacional*. 2da edición, México Pearson Educación.
- Kothler, Philip (2003). *Fundamentos de Marketing*, 6ª edición, México Pearson Educación de México
- Miguel Odaondo D. (1992). *Gestión de calidad*. España, Días de Santo.
- Max Neef, M (1993). *Desarrollo a escala humana: conceptos, aplicaciones y algunas reflexiones*. Montevideo, Uruguay. Ed Nordan.
- Kozak, M. (2001). "*Comparative assessment of-tourist satisfaction with destinations across two nationalities*". *Tourism Management*, : 391-401
- Sheldon M, Ross (2005). *Introducción a la estadística*. España; Editorial reverté s.a pag 7-8.
- Reglamento aeronáutico Colombiano (RAC, 2010), Versión Digital, recuperado marzo 2013. Tomado de: <http://www.cocesna.org/pagina.php?id=237&lng=0>.
- Encuesta de satisfacción. Cámara de Comercio de Bogotá (2011) versión pdf. Recuperado marzo 2013; tomado de:
(http://camara.ccb.org.co/documentos/9500_encuesta_aeropuerto_2011.pdf).
- Encuesta de satisfacción de clientes. (2010) Aeronáutica Civil colombiana, recuperado abril 2013. Tomado de

<http://www.aerocivil.gov.co/Documents/Resultado%20Encuesta%20Satisfacci%C3%B3n%20Servicios.pdf>.

- Encuesta estadística de satisfacción en servicio al cliente. (2011) Aeronáutica Civil colombiana, recuperado abril 2013. tomado de:
<http://www.aerocivil.gov.co/AAeronautica/Estadisticas/TAereo/Paginas/CServicio.aspx>.
- Reglamentación Internacional. *International civil Aviation Organization OACI*; recuperado mayo 2013, tomado de: <http://www.icao.int/Pages/default.aspx>.
- Concepto de muestra; libro recuperado en mayo de 2013. tomado de
<http://books.google.com.co/books?id=pPM2TgQsx8wC&pg=PA6&dq=concepto+muestra+aleatoria&hl=es&sa=X&ei=IleVUaixNIy10AGL14GQDQ&ved=0CDYQ6AEwAQ#v=onepage&q=concepto%20muestra%20aleatoria&f=false>
- Definición de una muestra; recuperado abril 2013 .libro tomado de:
http://books.google.com.co/books?id=3uhUqvF0_84C&pg=PA70&dq=definicion+muestra+en+estadistica&hl=es&sa=X&ei=BH-VUa2CHqnj0QHAooHgDw&ved=0CDQQ6AEwAQ#v=onepage&q=definicion%20muestra%20en%20estadistica&f=false
- Datos el Dorado International Airport. Recuperado mayo de 2013. Tomado de:
(<http://www.bogota-dc.com/trans/aviones.htm>)

- Derechos y deberes de los usuarios del aeropuerto del Dorado. Cámara de comercio de Bogotá, recuperado abril 2013 tomado de:
(http://camara.ccb.org.co/documentos/3630_cartilla_parte_1.pdf)

- Reglamento Aeronáutico Colombiano, *parte Décimo cuarta*; Aeródromos, Aeropuertos y Helipuertos. Marzo de 2007. Recuperado marzo de 2013. Tomado de :
<http://www.aerocivil.gov.co/AAeronautica/Rrglamentacion/RAC/Historico%20RAC/PARTE%20D%C3%89CIMA%20CUARTA%20-%20Aer%C3%B3dromos,%20Aeropuertos%20y%20Helipuertos.pdf>

- *Estadística descriptiva en inferencial*; Vargas Antonio (1995) Universidad de Castilla España, recuperado mayo de 2013. Tomado de:
<http://books.google.com.co/books?id=RbaC-wPWqjsC&pg=PA33&dq=definicion+poblacion+en+estadistica&hl=es&sa=X&ei=S32VUaibG5O20AGqtYCgBQ&sqi=2&ved=0CCwQ6AEwAA#v=onepage&q=definicion%20poblacion%20en%20estadistica&f=false>

- *Introducción a la estadística*; De Madrigal, Ligia (2002) Ed universidad de Costa rica. San José recuperado mayo de 2013. Tomado de :
<http://books.google.com.co/books?id=OQSBJW2hzjEC&pg=PA50&dq=concepto+tabulacion&hl=es&sa=X&ei=d5KVUb7tCsXT0wG0woGADA&ved=0CEAQ6AEwAw#v=onepage&q=concepto%20tabulacion&f=false>

- Alet i Vilaginés, Joseph. (1996.) Marketing Relacional. Cómo obtener clientes leales y rentables, 2da edición, Ediciones Gestión 2000 S.A, Barcelona,
- Contrato de transporte aéreo en Colombia, Código comercio colombiano, libro quinto de la navegación capítulo xii. tomado de: www.encolombia.com.
- Atención rápida en aeropuertos, tomado de :
<http://www.digitalavmagazine.com/2012/06/01/iberia-estrena-22-puntos-de-atencion-rapida-en-la-t4-del-aeropuerto-de-barajas/>
- IATA, viaje rápido, nuevas estrategias comerciales, tomado de:
<http://www.iata.org/whatwedo/stb/fast-travel/pages/index.aspx>