

# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL



FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA



## DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL AEROPUERTO JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO DE GUAYAQUIL

Tesis de grado que se presenta como requisito para optar por el título de Licenciada en Publicidad y Mercadotecnia.

**Autora:** Mildred Gisell Vargas Limones

**Tutor:** Dr. Jack Defranc Yssa

Guayaquil

Ecuador

Abril 2013



REPOSITORIO NACIONAL DE CIENCIA Y TECNOLOGÍA		
FECHA DE REGISTRO DE TESIS		
TÍTULO Y SUBTÍTULO: Determinación del nivel de satisfacción del usuario del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil		
AUTOR/ES: Mildred Gisell Vargas Limones		REVISORES: Dr. Jack Defranc Yssa
INSTITUCIÓN: UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL		FACULTAD DE COMUNICACIÓN
CARRERA: LICENCIATURA EN PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA		
FECHA DE PUBLICACIÓN: ABRIL 2013		No. DE PÁGS.:
<p><b>Campo:</b> Mercadeo.</p> <p><b>Área:</b> Estudios de mercado.</p> <p><b>Aspecto:</b> Índice de satisfacción de usuarios de un servicio.</p>		
<p><b>Palabras claves:</b> La percepción de los clientes, los estudios de mercado, concesiones administrativas</p> <p><b>RESUMEN:</b> El trabajo de investigación, está enfocado en poder determinar el nivel de satisfacción del usuario del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la Ciudad de Guayaquil. Lo que se refiere a satisfacción del cliente es una expresión propia del mercadeo, debido a que hace referencia a la agrado que tiene el cliente con relación al producto comprado o recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas. Cuando un cliente compra o recibe un producto y éste no cumple con sus expectativas, opta por no volver a comprar en el mismo lugar y probablemente hablará mal en frente de otros consumidores. Cabe destacar que para que exista una satisfacción del cliente, no sólo depende exclusivamente del producto o servicio brindado, sino que también depende de dos factores como son la percepción del producto que el cliente tenga, y sus expectativas. Puede ser que el producto no sea de buena calidad, pero la percepción del valor o del desempeño que un cliente tiene del producto se la mejor, entonces para el cliente sí será un producto de buena calidad. El desarrollo del trabajo es netamente investigativo, debido a que se encuestaron a los usuarios del aeropuerto, para conocer la percepción de ellos en cuanto al servicio que se les brinda, además de saber los problemas más comunes que se les presentan sea en el momento de embarque o arribo.</p>		
No. DE REGISTRO (EN BASE DE DATOS)		No. DE CLASIFICACION
DIRECCIÓN URL (TESIS EN LA WEB)		
ADJUNTO PDF:	(x) SI	( ) NO
CONTACTO CON AUTOR/ES: Mildred Gisell Vargas Limones	TELÉFONO: 0985772365	E-MAIL: mildred_vl@hotmail.com
CONTACTO EN LA INSTITUCIÓN:	NOMBRE:	TELÉFONO:

## CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor de la Facultad de Comunicación Social, escuela de Publicidad y Mercadotecnia, por el presente:

### CERTIFICO

Que he analizado el proyecto de trabajo de grado presentado como requisito previo a la aprobación y desarrollo de la investigación para optar por el grado Licenciada en Publicidad y Mercadotecnia

El problema de investigación se refiere a:

“No existe la determinación del nivel de satisfacción del usuario del del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.”

**Autora:** Mildred Gisell Vargas Limones

---

**Tutor:** Dr. Jack Defranc Yssa

Guayaquil, Marzo del 2013

## **CERTIFICACIÓN DE LA GRAMATÓLOGA**

Jenny Godina Peña De Zamora, Doctora en Ciencias de la Educación, Especialización Castellano y Literatura, con el registro del SENESCYT No. 1030-02-11843, por medio del presente tengo a bien **CERTIFICAR:** Que he revisado la redacción, estilo y ortografía de la tesis de grado elaborada por Mildred Vargas, previo a la obtención del título de **LICENCIADA EN PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA.**

TEMA DE TESIS: “Determinación del nivel de satisfacción del usuario del aeropuerto José Joaquín de Olmedo”

Trabajo de investigación que ha sido escrito de acuerdo a las normas ortográficas y de sintaxis vigentes.

Jenny Godina Peña De Zamora

C.I.:0901012765

NÚMERO DE REGISTRO: 1030-02-11843

NÚMERO DE CELULAR: 0997865584

Año 2013

## **APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN**

Los miembros designados para la sustentación aprueban el Trabajo de titulación sobre el tema: Determinación del nivel de satisfacción del usuario del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

De la egresada:

Mildred Gisell Vargas Limones

De la carrera Publicidad y Mercadotecnia

Guayaquil, Abril de 2013

Para constancia Firman

---

---

## DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis a Dios por permitirme siempre alcanzar mis metas propuestas mediante sus bendiciones.

A mis padres, Mariela Limones y Héctor Vargas, por enriquecerme de sus principios, enseñarme su tenacidad y lucha insaciable, lo cual ha hecho de ellos el gran ejemplo a seguir y destacar, no sólo para mí, sino también para mis hermanos.

*Mildred Gisell Vargas Limones*

## AGRADECIMIENTO

Agradezco a Dios, por bendecirme constantemente y guiarme en todos los objetivos que me he propuesto a lo largo de mi vida.

A mis padres, por ser el pilar fundamental de mi vida, por el apoyo incondicional que siempre me han otorgado, por darme el mayor tesoro que han sido mis estudios.

A mi director de tesis, Dr. Jack Defranc Yssa por haberme guiado en todo el proceso de investigación de este proyecto.

A mis profesores de la Facultad de Comunicación Social, quienes a lo largo de mi carrera siempre pusieron a prueba sus capacidades y conocimientos, lo cual tiene un significado muy grande en mi desarrollo como profesional.

*Mildred Gisell Vargas Limones*

**UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL**  
**CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA**

**AUTORÍA**

Los pensamientos, ideas, opiniones y la información obtenida a través de este trabajo de investigación, son de exclusiva responsabilidad del autor.

Mildred Gissell Vargas Limones

C.I.: 0928685304

Guayaquil, Abril de 2013

## ÍNDICE DE CONTENIDO

CARÁTULA .....	I
CERTIFICADO DE ACEPTACIÓN DEL TUTOR .....	ii
CERTIFICACIÓN DE LA GRAMATÓLOGA .....	iii
APROBACIÓN DE LA SUSTENTACIÓN .....	iv
DEDICATORIA .....	v
AGRADECIMIENTO .....	vi
AUTORÍA .....	vii
ÍNDICE DE CONTENIDO .....	viii
ÍNDICE DE TABLAS .....	xii
ÍNDICE DE FIGURAS .....	xiii
RESUMEN .....	xvi
ABSTRACT .....	xvii
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I .....	3
EL PROBLEMA .....	3
Planteamiento del problema .....	3
Ubicación del Problema en su contexto .....	3
Situación en conflicto .....	4
Causas del problema y sus consecuencias .....	4
Delimitación del problema .....	5
Formulación del problema .....	6

Objetivos de la investigación .....	6
Justificación e importancia de la investigación.....	7
CAPÍTULO II.....	8
MARCO TEÓRICO .....	8
Antecedentes del estudio.....	8
Fundamentación Teórica .....	9
La percepción de los clientes.....	9
Los estudios de mercado.....	11
Investigación de mercado .....	12
Objetivos de la investigación de mercado.....	13
Beneficios de la Investigación de mercados. ....	13
Proceso de Investigación de Mercado .....	14
Tipos de Investigación de mercado .....	15
Instrumentos de Recolección de información.....	16
Concesiones administrativas .....	18
Hipótesis.....	20
Variable de la investigación .....	20
Variable independiente .....	21
Definiciones Conceptuales .....	21

CAPÍTULO III.....	23
METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN .....	23
Modalidad de la investigación .....	23
Tipo de investigación .....	23
Población y Muestra .....	24
Operacionalización de las variables.....	26
Instrumentos de investigación .....	26
Recolección de la información .....	26
Procesamiento de los datos y análisis .....	27
FECHAS DE ENCUESTAS .....	27
NÚMERO DE ENTREVISTAS EFECTIVAS REALIZADAS EN ZONA DE ARRIBO INTERNACIONAL .....	27
CAPÍTULO IV .....	28
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS .....	28
LA ENCUESTA.....	28
Percepción de calidad de servicio de las dependencias del aeropuerto a los usuarios .....	29
Evaluación general del aeropuerto .....	29
Evaluación de los servicios de Migración dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	63
Evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	78

CAPÍTULO V .....	89
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES .....	89
CAPÍTULO VI .....	91
PROPUESTA .....	91
Desarrollo de la propuesta .....	91
BIBLIOGRAFÍA.....	93
ANEXOS .....	95
ENCUESTAS REALIZADAS EN EL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL.....	95
EVALUACIÓN DE SERVICIOS DE LA CAE .....	102
EVALUACIÓN DE SERVICIOS DE MIGRACIÓN .....	104

## ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 2. 1 Plan para reunir datos primarios .....	15
Tabla 3. 1 Tráfico de pasajeros del Aeropuerto .....	24
Tabla 3. 2 Cálculo de la muestra de la investigación .....	25
Tabla 3. 3 Operacionalización de las variables .....	26
Tabla 3. 4 Horarios de las encuestas.....	27
Tabla 4. 1 Escala de Likert utilizada .....	28
Tabla 4. 2 TTB Preguntas 1 a la 9 de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	79

## ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 4. 1 Su edad oscila entre los rangos de .....	29
Figura 4. 2 Su frecuencia de viaje anual es: (veces al año) .....	30
Figura 4. 3 Su principal razón de viajes es .....	31
Figura 4. 4 Su país habitual de residencia es .....	32
Figura 4. 5 Y su ciudad habitual de residencia es .....	33
Figura 4. 6 Variedad de comidas en restaurantes.....	35
Figura 4. 7 Para los que comentan que no hay variedad sugiera.....	36
Figura 4. 8 Calidad de comida en restaurantes.....	37
Figura 4. 9 Relación calidad /precio en restaurantes .....	38
Figura 4. 10 Limpieza en restaurante .....	39
Figura 4. 11 Atención al cliente en restaurantes .....	40
Figura 4. 12 Mala experiencia.....	41
Figura 4. 13 Variedad de locales .....	42
Figura 4. 14 Para los que comentan que no hay variedad sugiera.....	43
Figura 4. 15 El servicio al cliente de los locales es .....	44
Figura 4. 16 Relación calidad / precio de los locales.....	45
Figura 4. 17 Comodidad en zonas de espera .....	46
Figura 4. 18 Guía de letreros dentro del aeropuerto .....	47
Figura 4. 19 Cantidad de señalética .....	48
Figura 4. 20 En qué parte del aeropuerto faltaba señalética .....	49
Figura 4. 21 Ha tenido que solicitar ayuda para guiarse .....	50
Figura 4. 22 Para los que comentan que sí ¿Cómo califica la atención brindada en los locales? .....	51
Figura 4. 23 Frecuencia de uso de Internet/WiFi .....	52
Figura 4. 24 En qué lugar hace falta Internet / WiFi sugiera.....	53
Figura 4. 25 Amabilidad de personas de seguridad .....	54
Figura 4. 26 Profesionalismo del personal de seguridad.....	55

Figura 4. 27 Trabajo de inspección riguroso .....	56
Figura 4. 28 Medios de transporte que utiliza para llegar al aeropuerto ...	57
Figura 4. 29 ¿Tuvo alguna dificultad llegando al aeropuerto? .....	58
Figura 4. 30 Para los que comentan que sí ¿Qué tipo de dificultad? .....	59
Figura 4. 31 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto. .....	60
Figura 4. 32 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Quito) .....	61
Figura 4. 33 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Guayaquil) .....	62
Figura 4. 34 Percepción del tiempo de espera en fila antes del control de documentos en migración .....	64
Figura 4. 35 Percepción del tiempo espera en fila arribo tráfico no pico ..	65
Figura 4. 36 Percepción del tiempo espera en zona física de arribo .....	66
Figura 4. 37 Percepción del tiempo espera en zona física de embarque ..	67
Figura 4. 38 Calificación del personal de migración en tráfico de hora pico .....	68
Figura 4. 39 Calificación personal de migración Tráfico Hora no Pico ....	69
Figura 4. 40 Calificación personal de migración Zona física embarque...70	
Figura 4. 41 Calificación personal de migración Zona física Arribo .....	71
Figura 4. 42 Calificación general del servicio de Migración en Tráfico Hora Pico .....	72
Figura 4. 43 Calificación general del servicio de Migración en Tráfico Hora no Pico .....	73
Figura 4. 44 Calificación general del servicio de Migración Zona física Arribo.....	74
Figura 4. 45 Calificación general del servicio de Migración Zona física embarque .....	75
Figura 4. 46 ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de migración el día de hoy? .....	76

Figura 4. 47 (preguntas 1 a la 3) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	80
Figura 4. 48 (preguntas 4 a la 6) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	81
Figura 4. 49 (preguntas 7 a la 9) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	82
Figura 4. 50 ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de la Aduana el día de hoy? .....	83
Figura 4. 51 (preguntas 12 y 13) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	84
Figura 4. 52 (preguntas 14 y 15) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	85
Figura 4. 53 (preguntas 14 y 15) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo .....	86
Figura 4. 54 ¿El servicio aduanero es prestado por? .....	87



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

## FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL



### CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA

#### DETERMINACIÓN DEL NIVEL DE SATISFACCIÓN DEL USUARIO DEL AEROPUERTO JOSÉ JOAQUÍN DE OLMEDO DE GUAYAQUIL

### RESUMEN

El trabajo de investigación, está enfocado en poder determinar el nivel de satisfacción del usuario del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la Ciudad de Guayaquil. Lo que se refiere a satisfacción del cliente es una expresión propia del mercadeo, debido a que hace referencia al agrado que tiene el cliente con relación al producto comprado o recibido, cuándo éste ha cumplido o sobrepasado sus expectativas. Cuando un cliente compra o recibe un producto y éste no cumple con sus expectativas, opta por no volver a comprar en el mismo lugar y probablemente hablará mal en frente de otros consumidores. Cabe destacar que para que exista una satisfacción del cliente, no sólo depende exclusivamente del producto o servicio brindado, sino que también depende de dos factores como son la percepción del producto que el cliente tenga, y sus expectativas. Puede ser que el producto no sea de buena calidad, pero la percepción del valor o del desempeño que un cliente tiene del producto sea la mejor, entonces para el cliente sí será un producto de buena calidad. El desarrollo del trabajo es netamente investigativo, debido a que se encuestaron a los usuarios del aeropuerto, para conocer la percepción de ellos en cuanto al servicio que se les brinda, además de saber los problemas más comunes que se les presentan sea en el momento de embarque o arribo. Dentro del trabajo de investigación se desarrolló un marco teórico para que el lector tenga un mejor entendimiento del desarrollo del mismo, además que se especificó la metodología de investigación utilizada, en la que se resaltó la técnica utilizada como fueron las encuestas y los instrumentos, como fue el cuestionario estructurado con preguntas abiertas y cerradas, el cual permitió recolectar toda la información necesaria. Se finaliza el trabajo con las respectivas conclusiones y recomendaciones.

**Palabras claves:** La percepción de los clientes, los estudios de mercado, concesiones administrativas.



# UNIVERSIDAD DE GUAYAQUIL

## FACULTAD DE COMUNICACIÓN SOCIAL

### CARRERA DE PUBLICIDAD Y MERCADOTECNIA



Determining the user satisfaction of the Airport Jose Joaquin Olmedo from Guayaquil

#### ABSTRACT

The research work is focused in order to determine the level of user satisfaction Jose Joaquin de Olmedo Airport in Guayaquil city. As it relates to customer satisfaction is an expression of marketing itself, because it makes reference to customer satisfaction that is relative to the product purchased or received, when it has met or exceeded their expectations. When a customer buys or receives a product and it does not meet your expectations, choose not to buy back in the same place and probably talk bad in front of other consumers. Notably, for there customer satisfaction not only depends exclusively the product or service provided, but also depends on two factors such as the perception of the product that the customer has, and expectations. It may be that the product is not good quality, but the perception of the value or performance of a customer's product is the best, then the client itself will be a good quality product. The development work is purely investigative, because it surveyed airport users to understand the perception of them in service provided to them, and know the most common problems they face either at the time of embarkation or arrival. Within the research work developed a theoretical framework for reader have a better understanding of the development of the aircraft and you specified the research methodology, which was highlighted as the technique used were surveys and instruments, as was structured questionnaire with open and closed questions, which allowed us to collect all the necessary information. Work is completed with the respective conclusions and recommendations.

Keywords: customer perception, market research, administrative concessions.

## INTRODUCCIÓN

En el mes de Febrero de 2012 (El Universo, 2012), se comunicaba que el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, obtuvo el primer lugar en el 2011 en calidad según citaban al Consejo Internacional de Aeropuertos (ACI) superando al de Ottawa en Canadá, y al Chiang Mai, líderes de la categoría. Se premió por la mejor calidad de servicio donde el aeropuerto guayaquileño se codeó con los grandes, otras firmas calificadoras, lo han situado en el segundo lugar, pero en la presente investigación, se propone hacer un estudio de mercado, a la altura de un licenciado en mercadeo que permita saber, cuáles fueron o son los parámetros medibles del servicio y que permita entregar al aeropuerto, estrategias de mejora en el servicio al cliente.

Primero se entiende que el aeropuerto a cargo de la autoridad aeroportuaria del Ecuador, ha concesionado la administración a una empresa llamada TAGSA que a la vez, coteja con Aduana y los arrendatarios del aeropuerto toda la operación. La empresa TAGSA, Terminal Aeroportuario de Guayaquil S.A. es una empresa privada que recibió la concesión del aeropuerto José Joaquín de Olmedo, de entre las obligaciones de TAGSA se tiene la más importante para la investigación:

(Sánchez, 2008) Realizar una inversión de aproximadamente 90 millones de dólares en los primeros 30 meses y hacer el aporte del 50.25% de los ingresos brutos regulados durante todo el período de la concesión que será entregado al “Fondo Fiduciario de Desarrollo del Nuevo Aeropuerto Internacional de Guayaquil” que para tal efecto tiene constituido la AAG.

La concesionaria tiene la responsabilidad de mantener operativa las 24 horas del día las facilidades aeroportuarias e infraestructura como: la pista de aterrizaje, calles de rodaje, plataformas de aviones de pasajeros y de carga,

equipos de seguridad, control de seguridad de pasajeros, servicios en las terminales de pasajeros y carga, servicios de rampa, servicios contra incendios, servicios médicos, servicios de estacionamiento de vehículos, entre otros.

TAGSA., está constituido por DELLAIR SERVICES S.A., CORPORACIÓN AMÉRICA S.A. (CASA) y ORMOND GROUP S.A., constituidas bajo las leyes ecuatorianas, argentinas y panameñas respectivamente.

La investigación, denomina a los intervinientes a todos los que conforman y establecen que esta operación funcione, para que la imagen y percepción que el cliente tiene del aeropuerto sea de excelencia en calidad y el estándar se mantenga por parte de los intervinientes.

En el capítulo I se analizará el problema en su entorno y forma de afectación para llevar a la investigación a realizarse.

En el capítulo II, se utilizará el respaldo teórico para fundamentar científicamente esta investigación.

El tercer capítulo III se hará la formulación de la investigación y su metodología, para lograr eficientes resultados para el posterior análisis.

En el capítulo IV se analizarán y graficarán las tabulaciones, se podrán tener las primeras apreciaciones de la investigación.

En el capítulo V se concluirá y recomendará por parte de la autora, la correcta utilización de esta investigación.

En el capítulo VI, se muestra una posible solución para el problema encontrado. Por último se adjuntan los anexos y se incluye la bibliografía del trabajo.

# **CAPÍTULO I**

## **EL PROBLEMA**

### **Planteamiento del problema**

El problema se encuentra en que no existe por parte del departamento de investigaciones de la FACSO, el análisis de la satisfacción del servicio de los clientes, del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, dejando de lado el principio investigador del estudiante de mercadeo. Un análisis de percepción, permitirá a la autora, dejar un sistema de evaluación de servicio a las siguientes generaciones de estudiantes, que lograrán con la metodología aquí desarrollada, hacer frecuentes análisis además de que puedan hacerlo a diferentes entidades, sean públicas o privadas.

### **Ubicación del Problema en su contexto**

La concesión del aeropuerto, ha dejado todo el sistema en manos de TAGSA, sin embargo, el departamento de migración de la Policía Nacional, la CAE (corporación aduanera ecuatoriana) y los concesionados de los distintos almacenes y restaurants, no tienen una forma de saber, cómo está percibiendo el usuario del aeropuerto los diferentes servicios que se le están brindando.

No saber cómo está el desenvolvimiento del negocio, no permite que los planes estratégicos de posicionamiento o de desarrollo funcionen. Es igual de no medir el grado de satisfacción del consumidor y esperar al debacle para su cierre.

## **Situación en conflicto**

La situación en conflicto, se desarrolla alrededor de la mejora del servicio aeroportuario, y de los estados de percepción que tienen los usuarios del mismo, para ello se deberá determinar, primero, cuál es la percepción que determinará si se necesita o no un plan para mejorar la calidad de servicio.

### **Causas del problema y sus consecuencias**

(Grande, 2009):

Para poder detectar las relaciones causa efecto es necesario proceder al desarrollo de un diseño experimental, que consisten en la especificación de los grupos que se analizarán, del conjunto de procedimientos y pruebas que se efectuarán, variables que se controlarán y cómo actuará. (pág. 162)

### **Causas**

1. No se ha establecido comunicar los procesos de los intervinientes del aeropuerto del grado de satisfacción del usuario.
2. No se ha definido, quién debe emprender la unificación de los procesos de medición y control.
3. Los organismos gubernamentales intervinientes, se desligan de lo que TAGSA persigue como objetivo general
4. Se desconocen los niveles de ventas de los locales de expendio logran ventas esperadas, lo que los lleva al desinterés.

### **Efectos**

A continuación las consecuencias que están relacionadas al problema y a las causas del mismo:

1. Los intervinientes desconocen la percepción de los clientes.

2. No se ha establecido el canal ni el medio correcto de comunicación de la evolución de los servicios del aeropuerto.
3. El cliente no es la base del servicio para los organismos estatales.
4. Los locales se sienten confiados de que los clientes están totalmente satisfechos.

### **Delimitación del problema**

**Campo:** Mercadeo.

**Área:** Estudios de mercado.

**Aspecto:** Índice de satisfacción de usuarios de un servicio.

**Tema:** “Determinación del nivel de satisfacción del usuario del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil”

**Problema:** “No existe una determinación de la percepción de los usuarios del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil que permita conocer lo que el usuario siente o piensa de los servicios ofrecidos”

**Delimitación espacial:** Guayaquil, Ecuador

**Delimitación temporal:** Abril de 2012

Figura 1. 1 Vista del aeropuerto



Fuente: Programa Google Earth

### **Formulación del problema**

Para formular el problema se hará la pregunta a continuación:

¿Cómo determinar cuál es la percepción de satisfacción de los servicios ofrecidos en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil?

### **Objetivos de la investigación**

#### **Objetivo general**

- Analizar la percepción de satisfacción de los servicios ofrecidos en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil.

#### **Objetivos específicos**

- Conocer lo percibido por los usuarios del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

- Determinar necesidades adyacentes al aeropuerto.
- Cuantificar la satisfacción recibida por los usuarios del aeropuerto.
- Identificar los problemas que se dan dentro del aeropuerto.
- Recoger sugerencias de los usuarios.
- Determinar horas pico y no pico de saturación del aeropuerto.

### **Justificación e importancia de la investigación**

La autora de esta investigación, justifica a través de lo que se conoce para lograr objetivos estratégicos de las organizaciones, y se determina importante revisar lo que dice (Kaplan & Norton, 1996), sobre la perspectiva del cliente: “La perspectiva del cliente permite que las empresas equiparen sus indicadores clave sobre los clientes – satisfacción, fidelidad, retención, adquisición y rentabilidad-”. (pág. 76)

Si se desconoce lo anterior dicho, no se puede incrementar mejoras o mantenerlas, a pesar de que el aeropuerto se podría denominar negocio monopolístico, se debe saber que hay normas internacionales que los rigen para su internacionalización y a este concepto no se puede escapar la calidad total en un aeropuerto único en una ciudad.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO**

#### **Antecedentes del estudio**

TAGSA es una empresa privada a cargo de la administración y mantenimiento del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, esta empresa tiene una serie de intervinientes dentro de su proceso de concesión, entre ellos gubernamentales y privados, todos ellos se manejan por separado, respetando contrato de uso de suelo y normas del aeropuerto.

Sin embargo de lo expuesto, estas empresas separadas, no conllevan un mismo fin, es decir, un objetivo general, que permita la satisfacción total de los pasajeros que arriban a Guayaquil por este medio, por ello se determinó el problema en que no hay una percepción de lo que estos clientes sienten al usar las instalaciones o cómo estos han sido tratados durante el proceso de entrada y salida del aeropuerto, por ello se analizará la fundamentación teórica en cuatro parámetros principales para el mejor entendimiento de esta investigación,

Estos parámetros serán: Los estudios de mercado para el análisis que conlleva la investigación; La percepción del cliente y como esto afecta a la imagen de la empresa; Las concesiones administrativas y por último la comunicación organizacional para establecer los parámetros para que los intervinientes persigan un mismo objetivo general dentro de las instalaciones del aeropuerto.

## **Fundamentación Teórica**

La fundamentación expuesta en esta investigación, utilizará autores reconocidos en las diferentes áreas que se manejan.

### **La percepción de los clientes**

En la actualidad los usuarios viven inmersos en un mundo consumista en donde a diario y en todo momento se encuentra invadidos de publicidad.

La mayoría de las personas desde que comienza con las actividades cotidianas ya sea leyendo el periódico en los hogares, en la parada del bus o en el lugar de trabajo se encuentra con todo tipo de publicidad debido a la saturación a la que el mercadeo ha sometido para captar en todo momento la atención, persuadiendo de tal modo que se ve en la necesidad de adquirir miles de productos que realmente no se necesitan.

Pero los consumidores no solo han sido invadidos por las fuerzas del mercadeo y la publicidad, sino más bien se han hecho más inteligentes y exigentes ante la infiltrada cantidad de anuncios de servicio, calidad y emociones prometidas que jamás se cumplieron. (Schiffman, Comportamiento del consumidor, 2005) “Las personas actúan y reaccionan basándose en sus percepciones, no en la realidad objetiva” (pág. 158)

El éxito de la publicidad está basado en la persuasión para esto es necesario la inclusión de mercadólogos en empresas y organizaciones que deseen vender sus productos.

En la selección perceptual (Schiffman, Comportamiento del consumidor, 2005) muestra reacciones y el comportamiento de los consumidores, y todo lo que debe saber para obtener la venta de un

producto y alcanzar a la mayor cantidad de consumidores dentro del mercado.

(Schiffman, 2005) “Los consumidores ejercen subconscientemente una gran cantidad de selectividad en cuanto a que aspectos del ambiente (qué estímulos) van a percibir. Un individuo observa ciertas cosas, ignora otras y rechaza el resto” (pág. 168)

### **Selección perceptual**

Las personas pueden pasar por desapercibidas e ignorar ciertas cosas, sin embargo estas perciben una parte de los estímulos a la que se encuentran expuestos esto es conocido como selección perceptual.

La selección de determinados estímulos va a depender de dos factores:

1. Experiencias anteriores de los consumidores.
2. Motivos que tengan en ese momento.

El aumento o la disminución de la probabilidad de que el estímulo sea percibido pueden depender de los factores anteriormente mencionados.

### **Expectativas**

Los clientes o usuarios suelen tener expectativas con experiencias anteriores, o con modelos de referencia, en muchos casos, la calificación de un servicio, como las estrellas asignadas de los hoteles, consignan automáticamente en los consumidores que esperar en su servicio y porque no pensar, también en el costo.

Se podría decir que los estímulos están presentes en todo momento, pero estos pueden ser muy desmotivadores para los vendedores u ofertantes, pues de no dar con las expectativas del cliente, seguramente perderán la presencia en próximas ocasiones de él.

Para quienes ofrecen productos, la percepción de los clientes se convierte en realidad, sin embargo, como dice (Tschohl & Franzmeier, 1991) “Muchas empresas del sector de servicios no se dan cuenta, todavía, que su negocio es el servicio.” (pág. 119)

La presente investigación, busca fehacientemente, equilibrar fuerzas intervinientes en un modelo de negocios diferente, instituciones gubernamentales y privadas se juntan para desarrollar un nuevo concepto, tal es el caso de aparejar estos vínculos intervinientes, y demostrar que se puede lograr la mejora continua de este tipo de organización.

Para ello se debe medir la percepción que tiene el cliente sobre todo el ciclo, para finalmente lograr establecer una percepción mejorada en el usuario del aeropuerto.

(Tschohl & Franzmeier, 1991) dicen que:” No se trata de si se han satisfecho todas las especificaciones o si todos los aspectos del producto son perfectos. Si al cliente no le gusta el producto, esa es su última realidad.” (pág. 119)

Deberían todos los intervinientes en la concesión de TAGSA, conocer que finalmente la percepción, es la realidad cuando esta es juzgada por otras personas, para ello la autora determinará cuál es esa realidad a través de las encuestas que se hará a cada uno de los intervinientes de la concesión, este proceso puede continuar a través de formularios de satisfacción o quejas que ayudarán al mejoramiento.

### **Los estudios de mercado.**

En un libro muy interesante, la autora encontró que los estudios de mercado, no deben ser agotadores y extremadamente caros, sin embargo, muchas organizaciones, acostumbran a contratar empresas

poderosas de investigación simplemente por la reputación que ellas tienen.

El estudio que hará la autora para este trabajo de investigación, (Ferré & Ferré, 1997) “La investigación de mercados tiene la función de ayudar al directorio a tomar decisiones.” (pág. 1)

La importancia que la autora le ha dado a este capítulo, básicamente se basa en obtener información preventiva y curativa, pues la preventiva, trata de obtener una serie de constantes del entorno, así como las tendencias y las apreciaciones y percepciones de los clientes para no equivocarse en la planificación estratégica.

- Dentro de la coyuntura o entorno se puede tomar en cuenta:
- Tráfico aéreo
- Capacidad instalada
- Consumos
- Evolución de los clientes en el conocimiento

Es Curativa, cuando encuentra situaciones que deben tener acciones inmediatas y a la vez estas decisiones deben ineludiblemente convertirse en preventiva.

### **Investigación de mercado**

Para (Trespalacios, Bello, & Vázquez, 2005):

La investigación de mercados implica el diagnóstico de necesidades de información y su búsqueda sistemática y objetiva mediante el uso de métodos para su obtención, análisis e interpretación con el fin de identificar y solucionar problemas y aprovechar oportunidades en el campo del marketing. (Pág. 31). El campo de investigación de mercados dentro de una empresa es una herramienta necesaria para el desarrollo del marketing.

En una investigación de mercado se hace el análisis de los diversos cambios en el entorno y el accionar de los consumidores, puesto que, ayuda a generar una determinación en relación a:

- Recursos,
- Oportunidades,
- Fortalezas,
- Capacidades,
- Debilidades y
- Amenazas de una organización.

### **Objetivos de la investigación de mercado**

La investigación de mercado como tal tiene diferentes fines entre los cuales se puede mencionar varios objetivos como:

- Social: Ya que por medio de este se puede satisfacer las necesidades de los clientes, sea por un bien o servicio que se necesite. A partir de esto se puede complementar que el producto debe de cumplir las expectativas del consumidor.
- Económico: Puesto que se determina el nivel económico de éxito o fracaso que se puede tener al crear una empresa o introducir un producto al mercado.
- Administrativo: En este objetivo se incluye la buena planeación organización y control del negocio.

### **Beneficios de la Investigación de mercados.**

La investigación de mercados trae consigo un sinnúmero de beneficios como:

- Mejor información para tomar decisiones.

- Proporciona información real y expresada en términos concretos.
- Facilita conocer el tamaño real del mercado.
- Determina el tipo de producto que debe comercializarse.
- Define las características de los clientes.
- Ayuda a conocer el perfil del consumidor.

### **Proceso de Investigación de Mercado**

Para poder elaborar una investigación se debe de seguir algunos pasos dentro de los cuales se incluye:

- Definición del problema: Dentro de este paso se formula el problema y se definen los objetivos.
- Selección del diseño de investigación: Aquí se debe demostrar el tipo de investigación a realizar.
- Recolección de datos y análisis: Se realiza el procesamiento de la información recolectada.
- Formular hallazgos: Se realiza deducciones acerca de lo que sucede en el mercado.
- Seguimiento y control de marketing: Preparación de las estrategias a tomar después de lo investigado.

Según lo que comenta (Trespacios, Bello, & Vázquez, 2005):

La investigación de mercados tiene numerosas aplicaciones en la dirección comercial de las empresas. Se desarrollan estudios concretos para analizar los mercados y el entorno de la empresa, estudios relacionados con las políticas de marketing que ayuden a elegir entre varias decisiones alternativas y, por último, investigaciones sobre los resultados obtenidos y el control de los planes y programas vigentes. (Pág. 51).

Haciendo relevancia a lo anteriormente planteado se pudo concluir que uno de los fines de la investigación de mercado es ayudar a definir

las estrategias de marketing que permitan el crecimiento de la empresa, a la vez que ayuda a llevar un estricto control de las acciones realizadas para mejorar la parte comercial de una empresa.

### **Tipos de Investigación de mercado**

Existen diversos tipos de investigación de mercado, enmarcadas dentro de la búsqueda de información primaria o secundaria.

Los tipos de Investigación primaria son:

- Cuantitativa: Para (Gates, 2005)es: “La investigación que utiliza el análisis matemático.” (Pág. 108).
- Cualitativa: Según lo que dice (Gates, 2005) es: “La investigación cuyos descubrimientos no son sujetos a una cuantificación o a un análisis cuantitativo.” (Pág. 108).

**Tabla 2. 1 Plan para reunir datos primarios**

<b>Procedimientos de la Investigación</b>	<b>Métodos para establecer contactos</b>	<b>Plan de Muestreo</b>	<b>Instrumentos de investigación</b>
Observación	Correo	Unidad de muestra	Cuestionario
Encuesta	Teléfono	Tamaño de muestra	Instrumentos mecánicos
Experimento	Personal	procedimiento de muestreo	

**Elaborado por: La Autora**

Las fuentes secundarias son textos basados en fuentes primarias, e implican generalización, análisis, síntesis, interpretación o evaluación. Una fuente secundaria es normalmente un comentario o análisis de una fuente primaria.

El atributo de la Investigación de Mercado reposa en la obtención de información para poder tomar decisiones comerciales acertadas. Su fin principal puede dividirse en diversos objetivos por áreas o tareas, que dan lugar a diversos objetivos específicos que puedan ser abordados a través de esta actividad.

En definitiva la investigación de mercado es el proceso por el cual se adquiere, registra, procesa y analiza la información, referente a temas relacionados, como: clientes, competidores y el mercado.

### **Instrumentos de Recolección de información**

Para (Urbano & Yuni, 2006): “Los instrumentos de recolección de datos son dispositivos que permiten al investigador observar y / o medir los fenómenos empíricos, son artefactos diseñados para obtener información de la realidad.” (Pág. 33).

Para poder recolectar información dentro de una investigación de mercados se necesita una serie de herramientas en las que se va a plasmar la información correspondiente al estudio que se realiza.

Los instrumentos que se pueden mencionar son los siguientes:

- Encuestas.
- Entrevistas.
- Observación.
- Muestra.
- Experimentos.
- Informes, entre otros.

Uno de los más comunes instrumentos de recolección de información son las encuestas, en donde se receptan percepciones, sugerencias u opiniones del sujeto encuestado.

La observación es un registro visual de todo lo que acontece en referencia a algún tema o problema. Las muestras, experimentos e informes son instrumentos usados en ocasiones muy especiales pero sirven de gran ayuda para el investigador.

La investigación de mercado se define que es la que une al consumidor con el cliente y el público con el mercado logo, a través de información, que se utiliza para reconocer y establecer oportunidades y problemas de mercado, con el fin de contribuir a la generación, y evaluación de acciones de mercadotecnia, para sondear la actuación de estas funciones y perfeccionar el entendimiento del proceso mercadotécnico.

Las personas que se dedican a la investigación de mercado detallan la información que se necesita para abordar cuestiones de mercadotecnia, establecen el método para reunir la información, administrarla e implementarla.

Para poder desarrollar una investigación de mercado, también es necesario que la persona que la realiza trabaje bajo un perfil de ética que permita garantizar la efectividad de la misma, debido a esto se puede resaltar que de acuerdo a lo que expresa (Trespacios, Bello, & Vázquez, 2005):

Con respecto a las cuestiones éticas que se han de tener presentes por todas las partes implicadas en una ejecución de una investigación de mercados, existen varios códigos de conducta ética que sirven de referencia para evitar caer en malas prácticas o abusos que al final siempre acaban perjudicando a todos. (Pág. 77)

De esta manera se destaca la importancia, que las partes que están inmersas en una investigación de mercado sean responsables en el trabajo que desempeñan.

## **Concesiones administrativas**

Las concesiones administrativas es un modelo económico que se ha venido implementando, para mejorar los procesos de empresas que los gobiernos locales o seccionales no logran hacerlo eficientemente, por inexperiencia en el área o por las trabas burocráticas.

(Guasch, 2004), “El contrato rige la relación entre la autoridad que otorga la concesión y el concesionario privado. La autoridad que otorga la concesión es el gobierno, una comisión interministerial o, menos apropiadamente, la agencia reguladora”. (pág. 46)

Esta es una de las características que da Luis Guasch sobre la definición de la concesión, pero a continuación define en lo que consiste la concesión:

(Guasch, 2004):

La concesión se adjudica por un período definido de tiempo pero potencialmente renovable. Durante ese lapso, el concesionario goza del derecho exclusivo para usar sus activos, explotar las instalaciones existentes y desarrollar nuevas. El contrato determina bajo qué condiciones y a qué precios el concesionario presta el servicio y utiliza las instalaciones, que continúan siendo de propiedad pública. (pág. 46)

Además también Guasch puede decir de las responsabilidades de estos contratos de concesión que:

(Guasch, 2004) “El concesionario es el responsable de todas las inversiones y desarrollo de nuevas instalaciones –muchas de las cuales se especifican en el contrato- bajo la supervisión del estado o del regulador”. (pág. 47)

Además el mismo autor en tan importante obra dice acerca de la remuneración de la concesión: (Guasch, 2004), “El concesionario recibe una remuneración de acuerdo a las tarifas establecidas en el contrato

(con pautas de revisión y ajuste) que este cobra directamente a los usuarios". (pág. 47)

Para poder determinar una concesión se deben tener en cuenta las siguientes responsabilidades en los contratos:

**Marco:** Son las disposiciones legales que determinan el otorgamiento de las concesiones, se identifica las autoridades regulatorias dentro de la concesión y el manejo de las relaciones públicas y la información.

**Identificación y análisis de proyecto:** En este arte de la concesión, se priorizan los proyectos de desarrollo, así como la contratación de los asesores, las revisiones preliminares del costo beneficio del proyecto especialmente cuando es el gobierno quién tendrá la responsabilidad del manejo del mercado de consumo.

Las revisiones de los temas regulatorios y los criterios de selección del concesionario, para poder llegar al proceso de licitación con un respectivo cronograma.

**Implementación:** Otorgar los respectivos permisos y autorizaciones para poder ejecutar.

**Diseño de la concesión:** En esta etapa se seleccionan los instrumentos legales necesarios y suficientes para que todo quede establecido, se asignan las responsabilidades, precios y objetivos, bonificaciones y sanciones. También se determinan plazos de vigencia y terminación, así como el establecimiento de futuras excepciones o imprevistos y se estipula el diseño de disputas.

**Adjudicación de la concesión:** Se revisa el método de adjudicación, las precalificaciones, la estructura de las ofertas y la negociación de la licitación que incluye la invitación a las mismas.

## **Concesiones sobre privatizaciones**

Aunque ambos tienen los mismos objetivos, que es dar al usuario un servicio oportuno, de primera y económico a través de las características propias de la empresa privada, estas se diferencian en tres factores claves:

- Las concesiones no incluyen la venta o transferencia de la titularidad sobre los activos físicos.
- Los contratos de concesión se suscriben por un período determinado de tiempo.
- El gobierno ejerce el control sobre los activos.

Esto es en lo que se refiere a la principal diferenciación pero queda establecido entonces que los concesionados solo ejercen derecho a los flujos de efectivo.

## **Beneficios de las concesiones**

Si ofrecen ventajas las concesiones principalmente cuando: Permiten la participación privada donde casi nunca pueden entrar este tipo de empresas, segundo se adjudican en forma competitiva, posibilitando la competitividad en el mercado y por último alienta a la eficiencia en los costos de producción o mantenimiento, especialmente cuando dependen las concesionadas del flujo de efectivo.

## **Hipótesis**

Si se determina el nivel de satisfacción del usuario del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil, entonces se podrá conocer las variables necesarias del continuo mejoramiento de los servicios ofrecidos.

## **Variable de la investigación**

Las variables de la investigación científica son determinadas por la envergadura y el objeto de la investigación, las variables científicas son la

independiente que es la base pura de la investigación, la variable dependiente o conocida como propuesta en los proyectos factibles, planes o un modelo y finalmente la variable interviniente que es la que represente el análisis bajo la inherencia de un factor. En este caso, se establece que existe una sola variable y es la independiente, ya que se plantea investigar y con ello determinar lo que piensan los consumidores del aeropuerto, la investigación no presenta una propuesta sino el conocimiento de una teoría.

### **Variable independiente**

Determinación del nivel de satisfacción del usuario del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil.

### **Definiciones Conceptuales**

Es necesario demostrar en proceso de investigación el significado de los siguientes términos:

**Sensación:** (Schiffman, Comportamiento del consumidor, 2005) “es la respuesta inmediata y directa de los órganos sensoriales ante un estímulo”. (pág. 159)

**Umbral absoluto:** (Schiffman, Comportamiento del consumidor, 2005) “El punto donde una persona empieza a detectar una diferencia entre “algo” y “nada” es su umbral absoluto para dicho estímulo”.

**Interpretación perceptual:** (Schiffman, Comportamiento del consumidor, 2005):

Los individuos se valen de su selectividad para decidir qué estímulos van a percibir y los organizan con ciertos principios psicológicos. La interpretación de los estímulos también es única e individual, porque se basa en lo que los individuos esperan ver –a la luz de la experiencia anterior-, en el número de explicaciones razonables que

logran visualizar y en sus motivos e intereses en el momento de la percepción. (pág. 176)

**Los rumores:** Es una vía informal, y en este campo es que se piensa trabajar con la propuesta del trabajo actual de investigación. (Robbins, 2004), dice en el su contexto que esto se puede dividir en varias maneras, desde la cadena de rumores, la reunión de grupos para rumorear y las multicanales, es decir, un grupo lleva a otro la cadena de rumor.

## **CAPÍTULO III**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

#### **DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

Según (Bernal, 2006, pág. 147), un diseño de investigación está determinado por el tipo de investigación a realizarse y por la hipótesis a probarse durante el desarrollo de la investigación. Esta investigación va encaminada en determinar la percepción de los usuarios del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

#### **Modalidad de la investigación**

Para los autores (Festinger & Katz, 1992, pág. 68), "...la más importante diferencia reside en que en la investigación de campo se trata de estudiar una única comunidad o a un único grupo en términos de estructura social, por lo que la autora define esta investigación de esta modalidad".

#### **Tipo de investigación**

Según Selltiz et al (1965), citado por (Bernal, 2006), existen la investigación exploratoria, explicativa y descriptiva, a esta investigación se le atribuye carácter de descriptiva porque se está registrando, analizando e interpretando los procesos para dar una correcta interpretación de los resultados. Se cita a (Ferrer, 2005, pág. 45) "La investigación descriptiva transversal supone un corte en el tiempo para analizar, determinados aspectos y sacar conclusiones, sin fundamentar el procedimiento en la búsqueda de relaciones causa-efecto".

## Población y Muestra

### Población

Para el trabajo de investigación, se tomó como población todos los pasajeros de vuelo nacional e internacional del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

Tabla 3. 1 Tráfico de pasajeros del Aeropuerto

TRÁFICO DE PASAJEROS									
	Nacionales				Internacionales				
Año	Arribo	Salida	Transito	Total	Arribo	Salida	Transito	Total	TOTAL
Oct	84.075	93.200	17.477	194.752	52.190	58.082	25.633	135.905	330.657
Nov	79.853	86.517	17.111	183.481	56.979	54.087	24.011	135.077	318.558
Dic	86.959	90.395	18.594	195.948	61.828	42.221	25.427	129.476	325.424
Total	250.887	270.112	53.182	574.181	170.997	154.390	75.071	400.458	974.639

Información 2010: Octubre - Diciembre

Fuente: (Sánchez, 2008)

### Muestra

Se trabajará con un nivel de confianza de 95% con un error de 5% máximo permitido lo que dio una muestra de 384 entrevistas efectivas, se referirá la muestra con la máxima variabilidad de 50%. Se realizará la mitad de las encuestas en la zona de pre embarque tanto de destino nacional, como el de internacional, sin importar destinos de los pasajeros. Se recomendó cerrar el número de encuestas en 400. Para poder

desarrollar las encuestas se realizó el cálculo de la muestra mediante la siguiente fórmula:

$$n = (Z^2NPQ) / (d^2(N-1)+Z^2P.Q)$$

Considerando:

Nivel de confianza: 95%: Z=1.96

Error de estimación: 5%: e= 0.05

Probabilidad de éxito: 50%: p= 0.5

Probabilidad de fracaso: 50%: q= 0.5

El valor de N es la población tomada para la muestra.= 326.424 pasajeros.

$$n = ((1.96)^2 * 326.424 * 0.5 * 0.5) / ((0.05)^2 * (326.424 - 1) + (1.96)^2 * 0.5 * 0.5)$$

$$n = 384$$

Tabla 3. 2 Cálculo de la muestra de la investigación

Fórmula para hallar una población FINITA = $(Z^2NPQ) / (d^2(N-1)+Z^2P.Q)$					
<b>NIVEL DE CONFIANZA:</b>	95%	Z	=	1.96	
<b>ERROR DE ESTIMACIÓN:</b>	5%	D	=	0.05	
<b>PROBABILIDAD DE ÉXITO:</b>	50%	P	=	0.5	
<b>PROBABILIDAD DE FRACASO:</b>	50%	Q	=	0.5	
<b>POBLACIÓN:</b>		N	=	326,424.00	Última población estudiada
<b>MUESTRA:</b>	?	n:	=	384	TOTAL ENCUESTAS A REALIZARSE

Fuente: Elaboración propia

## Operacionalización de las variables

Para (González, 2002): “Es preciso, una vez definidas las variables, descomponerlas de tal forma que puedan ser medidas. Este procedimiento se denomina operacionalización; los elementos en los que descomponemos la variable, dimensiones; y sus equivalentes conductuales, indicadores”. (Pág. 46).

Tabla 3. 3 Operacionalización de las variables

Operalización de las variables de la investigación			
Variable	Tipo de variable	Dimensión	Indicador
<ul style="list-style-type: none"><li>• <b>Determinación de la percepción de satisfacción de los servicios ofrecidos en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil</b></li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Independiente considera única por ser su carácter solo de investigación de mercados.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Medición de la calidad de servicio ofrecido</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 100% Determinada la <b>percepción de satisfacción de los servicios ofrecidos en el aeropuerto</b></li></ul>

Fuente: Elaboración propia

## Instrumentos de investigación

La investigadora utilizará la encuesta a los usuarios del aeropuerto como instrumento de investigación y con ello determinar el nivel de percepción de los servicios ofrecidos.

## Recolección de la información

Se efectuará dentro de las instalaciones del aeropuerto en el área de pre embarque nacional el 50% de ellas y en el área de embarque internacional el otro 50%, para ello no será relevante ciudad de destino o arribo.

## Procesamiento de los datos y análisis

La información será tabulada y procesada en Microsoft Excel para su posterior análisis con los respectivos gráficos de los resultados.

Tabla 3. 4 Horarios de las encuestas

<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>			
<b>FECHAS DE ENCUESTAS</b>	<b>NÚMERO DE ENTREVISTAS EFECTIVAS REALIZADAS EN ZONA DE ARRIBO INTERNACIONAL</b>		
	<b>HORAS PICO MAÑANA (6H00 A 10H00)</b>	<b>HORAS NO PICO 13H00 A 15H00</b>	<b>HORAS PICO NOCHE 22H00 A 3H00</b>
lunes, 3 de septiembre de 2012	20	10	10
martes, 4 de septiembre de 2012	20	10	10
miércoles, 5 de septiembre de 2012	20	10	10
jueves, 6 de septiembre de 2012	20	10	10
viernes, 7 de septiembre de 2012	20	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
Objetividad sistemática (minutos de la toma muestral)	12	12	12
<b>TAMAÑO DE LA MUESTRA</b>			
<b>FECHAS DE ENCUESTAS</b>	<b>NÚMERO DE ENTREVISTAS EFECTIVAS REALIZADAS EN ZONA DE ARRIBO NACIONAL</b>		
	<b>HORAS PICO MAÑANA (5H00 A 7H30)</b>	<b>HORAS NO PICO 18H30 A 15H30</b>	<b>HORAS PICO NOCHE 18H30 A 20H00</b>
lunes, 3 de septiembre de 2012	20	10	10
martes, 4 de septiembre de 2012	20	10	10
miércoles, 5 de septiembre de 2012	20	10	10
jueves, 6 de septiembre de 2012	20	10	10
viernes, 7 de septiembre de 2012	20	10	10
<b>TOTAL</b>	<b>100</b>	<b>50</b>	<b>50</b>
Objetividad sistemática (minutos de la toma muestral)	8	10	9

Fuente: Elaboración propia

## CAPÍTULO IV

### ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE LOS RESULTADOS

#### LA ENCUESTA

La autora de la investigación, luego de la autorización del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo. Para este capítulo, cabe aclarar que la autora primero determinó utilizar el grado o índice de satisfacción conocido como VALORES MÁS ALTOS (TTB) que fue construido con la suma de los porcentajes que estaban entre las calificaciones de Excelente y Muy bueno, en cada una de las evaluaciones hechas en las encuestas. El indicador T.T.B. permitirá calificar como satisfactorio siempre que llegue al 75% mínimo para crear una tendencia positiva, la escala de Likert tendrá 5 niveles que son:

Tabla 4. 1 Escala de Likert utilizada

1	Malo
2	Regular
3	Bueno
4	Muy bueno
5	Excelente

Fuente: Elaboración propia

Se utilizó una ficha filtro en los casos requeridos para determinar la información relevante y correspondiente al estudio que se realiza, es importante denotar que se usó el programa Excel de Microsoft como herramienta de tabulación de los datos registrados, además se graficaron detalladamente para tener una visión amplia de los resultados obtenidos en los cuestionarios realizados.

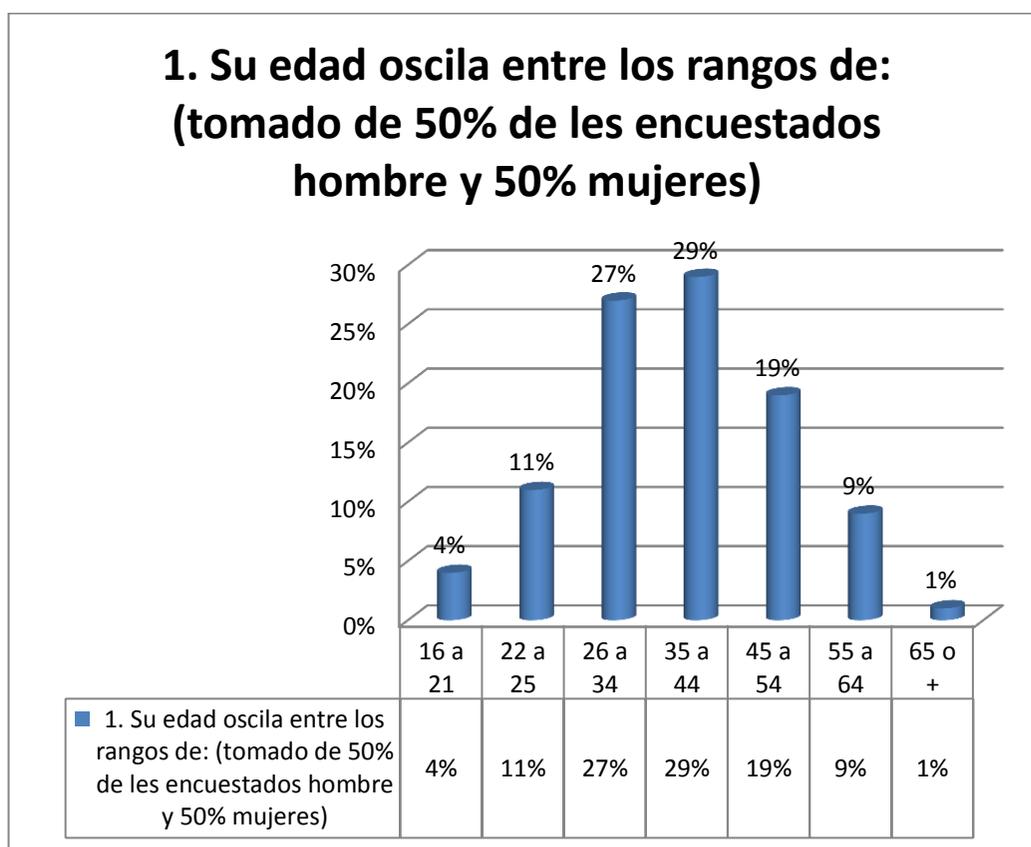
## Percepción de calidad de servicio de las dependencias del aeropuerto a los usuarios

Principalmente se hicieron estos estudios a los usuarios del aeropuerto en el área de migración y el de la CAE (corporación aduanera ecuatoriana), posteriormente un análisis a los usuarios de los diferentes locales comerciales del aeropuerto.

### Evaluación general del aeropuerto

**1.- Su edad oscila entre los rangos de: (tomado de 50% de los encuestados hombre y 50% mujeres)**

Figura 4. 1 Su edad oscila entre los rangos de

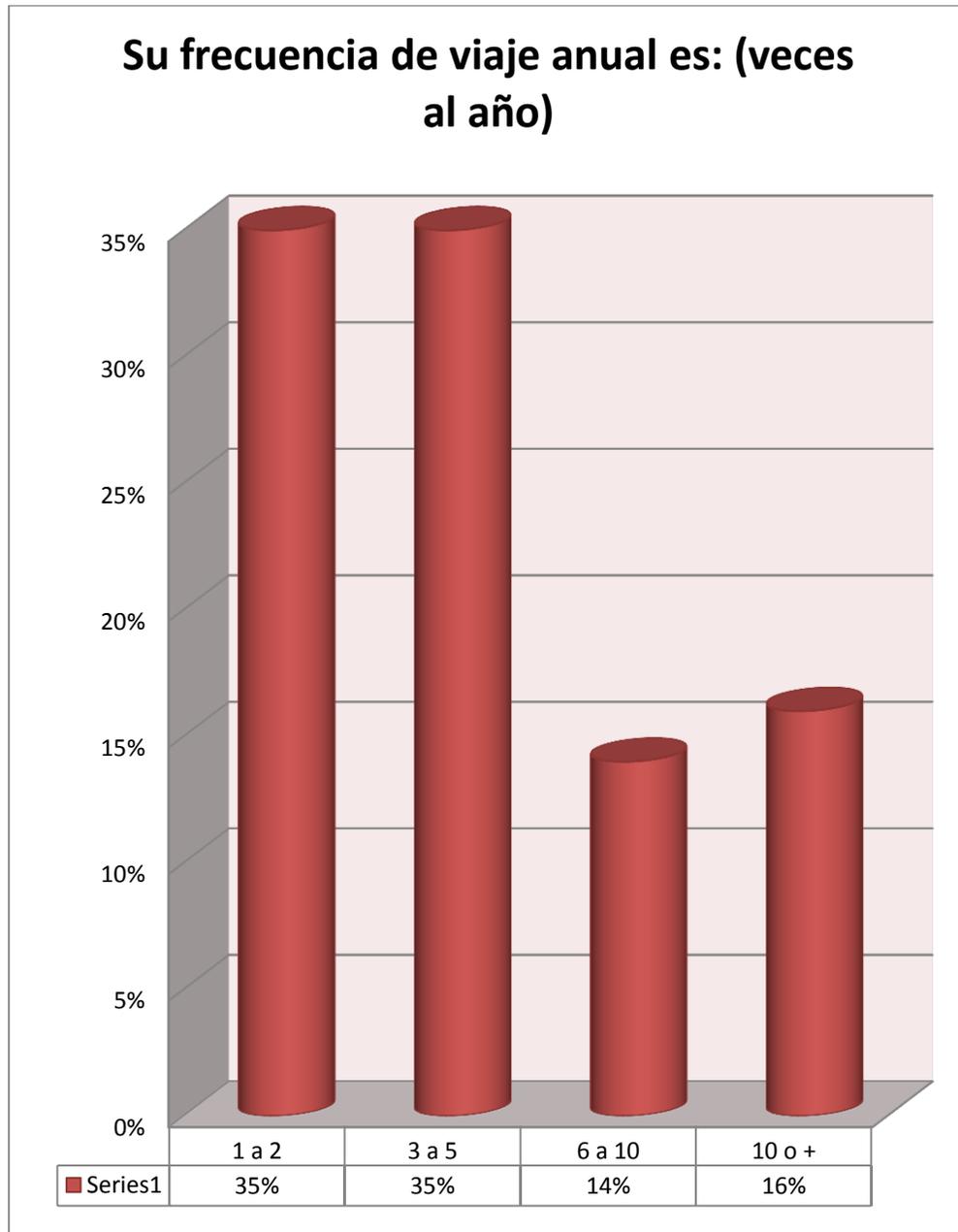


Fuente: Elaboración propia

Del total de encuestados el 29% tenía edades que oscilaban entre 35 a 44 años, el 27% entre 26 a 34, el 19% tenía de 45 a 54 años, el 11% de 22 a 25 años el 9% de 55 a 64 años, por otra parte el 4% tenía de 16 a 21 años y solamente el 1% tenía de 65 años en adelante.

## 2. Su frecuencia de viaje anual es (veces al año):

Figura 4. 2 Su frecuencia de viaje anual es: (veces al año)

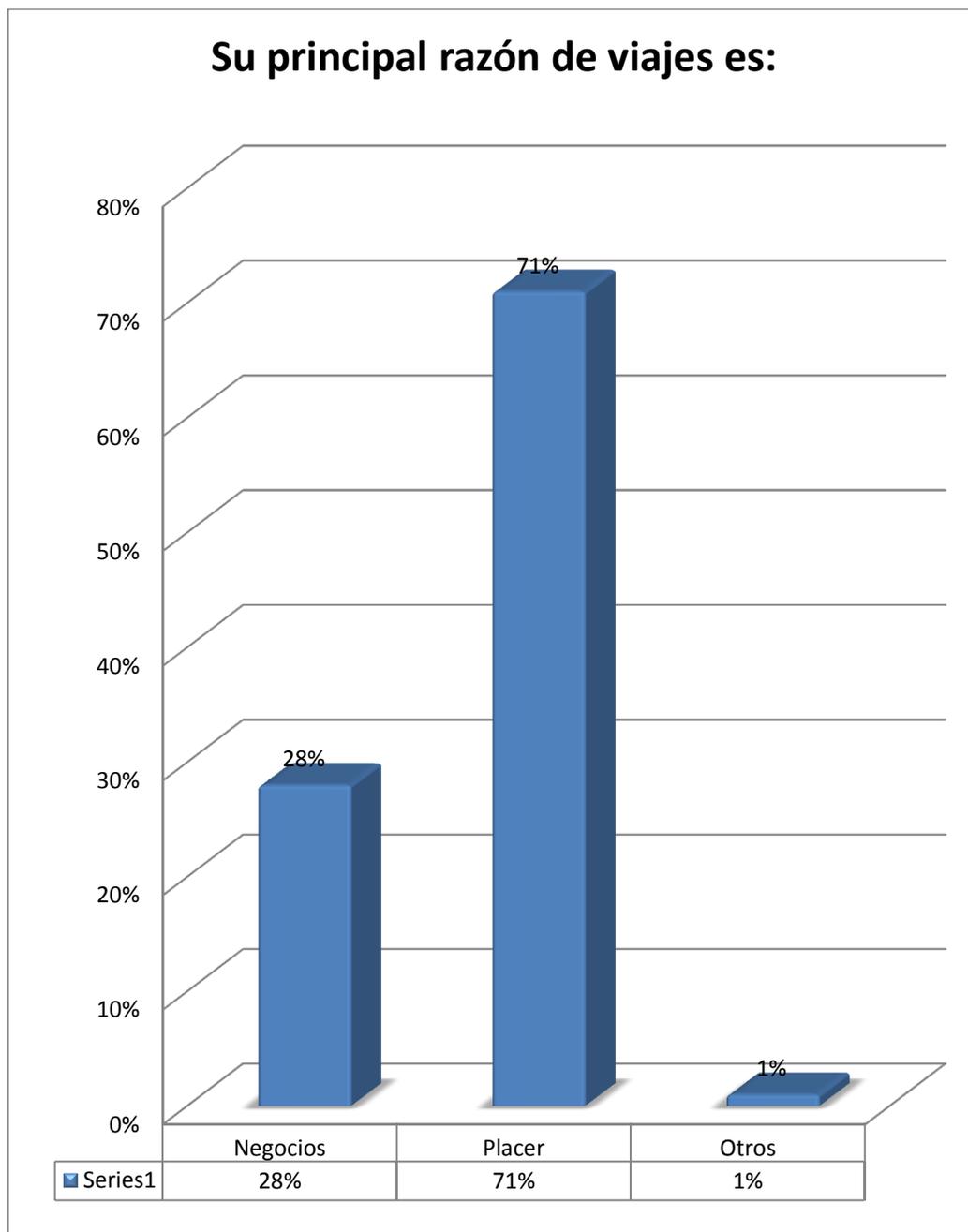


Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas el 35% de las personas tienen una frecuencia de viaje de 1 a 2 veces al año, otro 35% tiene de 3 a 5 veces al año, por otro lado el 16% tiene una frecuencia de viaje al año de 10 veces o más, mientras que el 14% viaja de 6 a 10 veces al año.

### 3. Su principal razón de viajes es:

Figura 4. 3 Su principal razón de viajes es

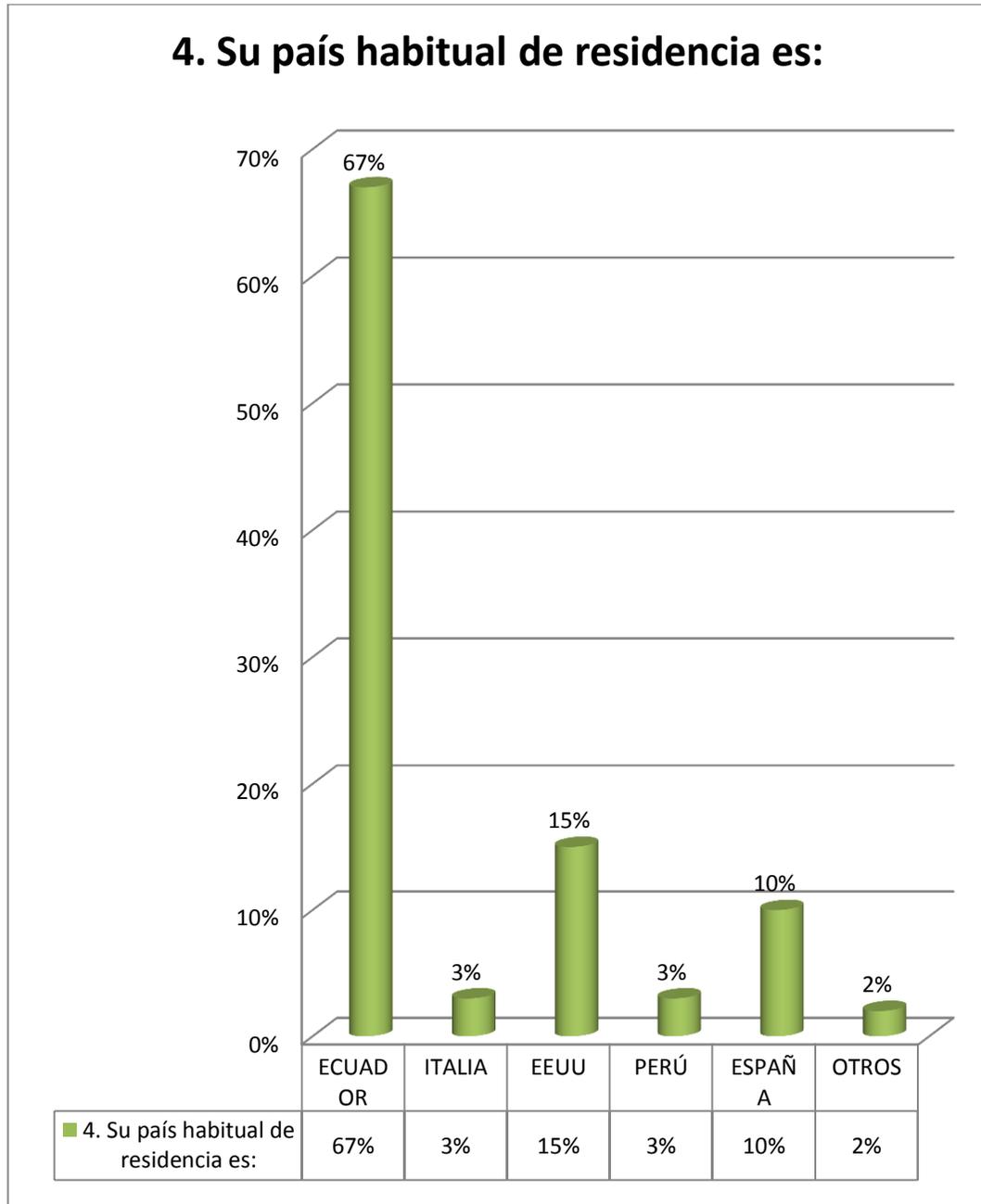


Fuente: Elaboración propia

Para el 71% de las personas encuestadas la principal razón de viaje es por placer, para el 28% la razón es por los negocios, mientras que el 1% de las personas detallaron que viajan por otras razones

#### 4. Su país habitual de residencia es:

Figura 4. 4 Su país habitual de residencia es

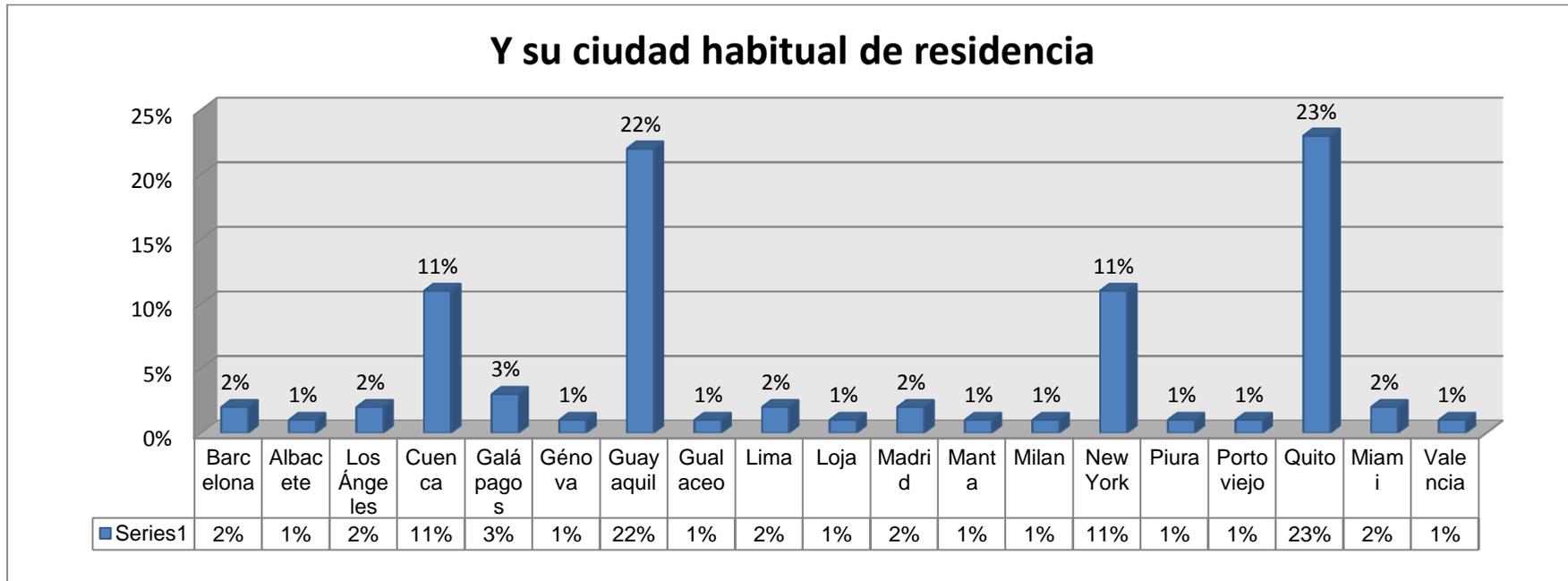


Fuente: Elaboración propia

Para el 67% el habitual país de residencia es Ecuador, el 15% dijo que es Estados Unidos, el 10% dijo España, un 3% mencionó Italia, otro 3% dijo Perú y solamente un 2% mencionaron otros países.

**5. Y su ciudad habitual de residencia es:**

Figura 4. 5 Y su ciudad habitual de residencia es



Fuente: Elaboración propia

Entre las ciudades de residencia de los viajeros, el 23% dijo que es Quito, el 22% Guayaquil, un 11% dijo Cuenca, un 3% dijo Galápagos, un 2% dijo Barcelona, Los Ángeles, Lima, Madrid y Miami, un 1% mencionaron Albacete, Génova, Gualaceo, Loja, Manta, Milán, Piura, Portoviejo y Valencia.

## **Evaluación de la satisfacción de los servicios ofrecidos en el aeropuerto José Joaquín de Olmedo. Varios datos generales.**

**Naturaleza de la Investigación:** Cuantitativo Concluyente Transversal de naturaleza Adhoc.

**Población Objetivo:** Pasajeros de Vuelos Nacionales e Internacionales del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

**Técnica de Investigación Sugerida:** Cuantitativa: A través de un Estudio Cuantitativo Transversal a través encuestas “CARA A CARA EN EL SITIO” probabilística aleatoria y sistemática.

**Instrumento de Recopilación de Datos:** Cuestionario Cuantitativo Estructurado de aplicación “CARA A CARA”. Los instrumentos de recolección de datos fueron aprobados previamente por la tutora del presente trabajo.

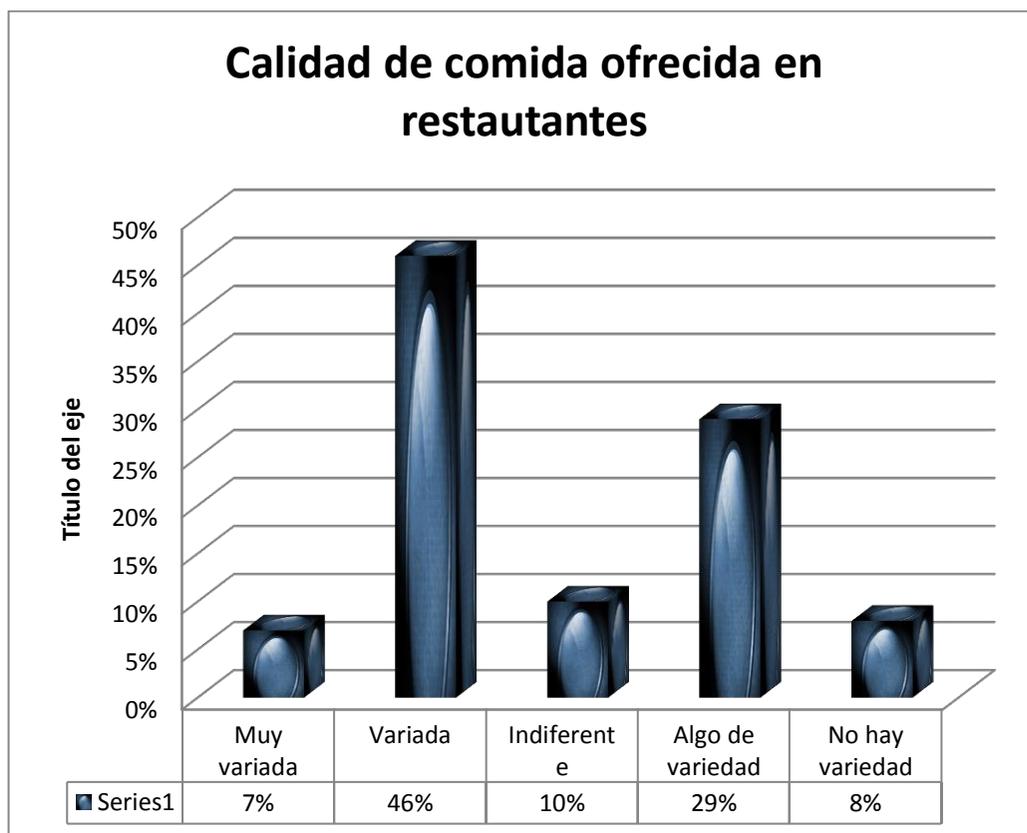
**Técnica de Muestreo Sugerido:** Se trabajó con 95% de nivel de confianza y 5% de error máximo permitido en la investigación, lo que resultó en un tamaño de muestra de 384 (redondeadas a 400) entrevistas efectivas. Para el cálculo de la muestra se trabajó con la máxima variabilidad de los datos ( $p=q=0,5$ ). En una primera etapa se realizó a través de selección aleatoria probabilística para la primera raíz de etapa sistemática, repartiendo la distribución de la muestra por número de pasajeros en minutos determinados. La forma de escoger al entrevistado se dará a la salida de la zona de arribo internacional y la zona de embarque. Se sugiere un levantamiento sistemático para la creación de indicadores que sirvan para el proceso continuo de mejora de la atención brindada por el área de Migración.

**Procesamiento de Información:** Excel de Microsoft

## Evaluación de los servicios de Restaurantes

### 1.- Variedad de comidas en restaurantes

Figura 4. 6 Variedad de comidas en restaurantes



TTB: 53%

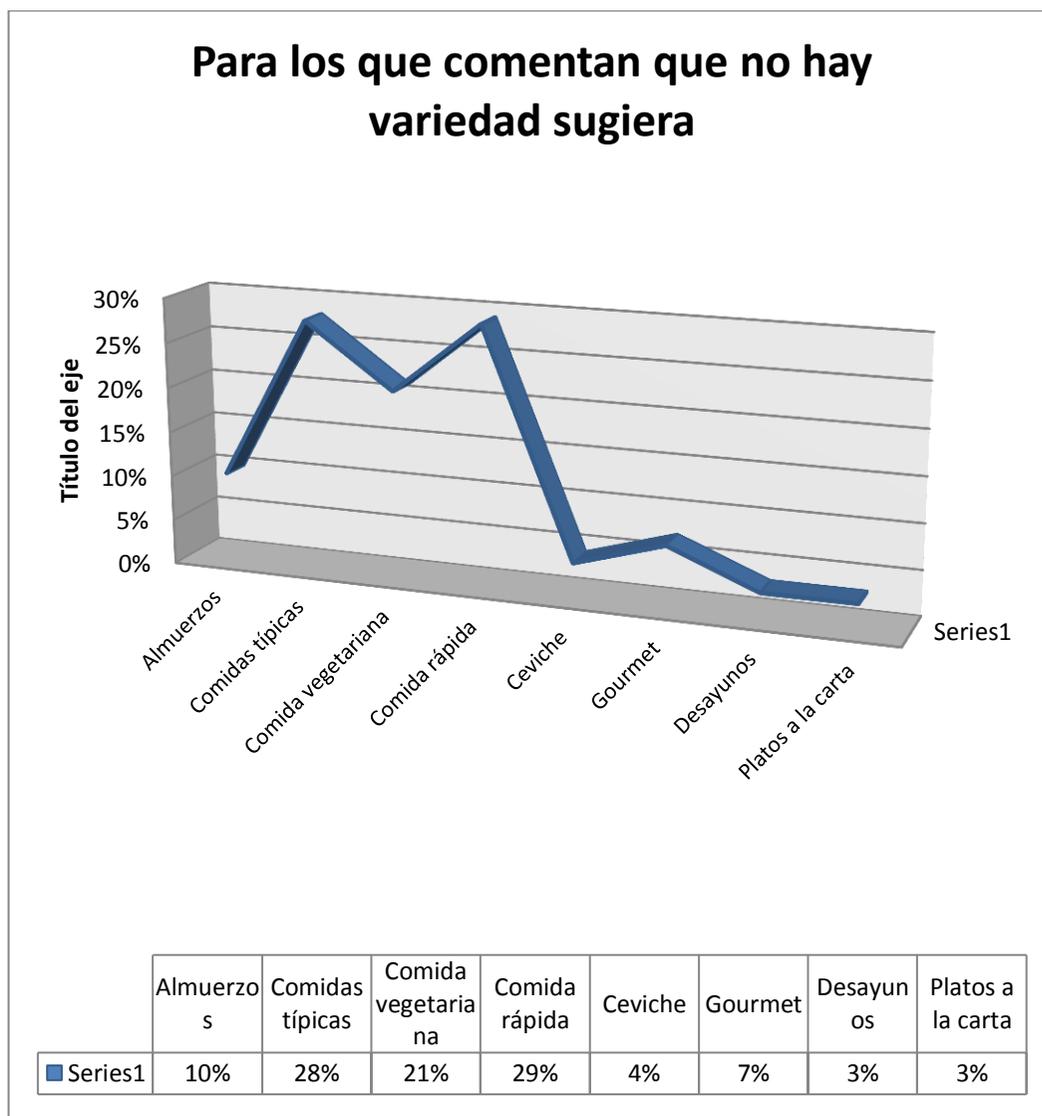
Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los encuestados correspondientes al 53% dijeron que la comida de los restaurantes que están en el Aeropuerto son variadas y muy variadas, el porcentaje restante que corresponde al 47% se mostraron imparcial a la pregunta y destacaron que es algo variada la comida y en algunos casos no existe variedad en ella.

Con estos resultados se puede destacar que se les está brindando diferentes alternativas de alimentación a las personas que visitan el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

## 2.- Para los que comentan que no hay variedad sugiera

Figura 4. 7 Para los que comentan que no hay variedad sugiera

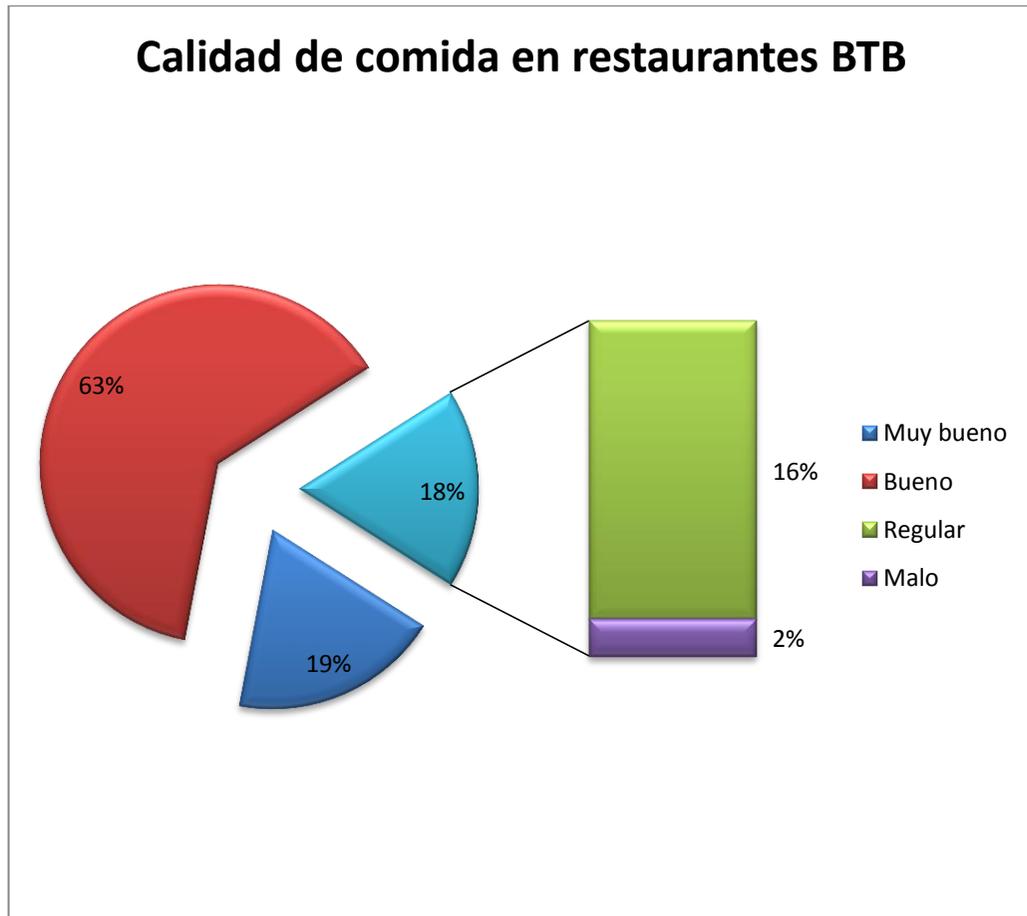


Fuente: Elaboración propia

De las personas que mencionaron que no hay variedad, el 29% sugirió comida rápida, el 28% comidas típicas, el 21% dijo que algo diferente a los alimentos que ofrecen en los restaurantes del Aeropuerto es la comida vegetariana, el 10% dijo almuerzos, el 7% mencionó que sería ideal que ofrezcan comida gourmet, el 4% dijo que sería bueno ceviches y un 3% dijo desayunos y de igual manera otro 3% dijo que platos a la carta.

### 3.- Calidad de comida en restaurantes

Figura 4. 8 Calidad de comida en restaurantes



TTB: 82%

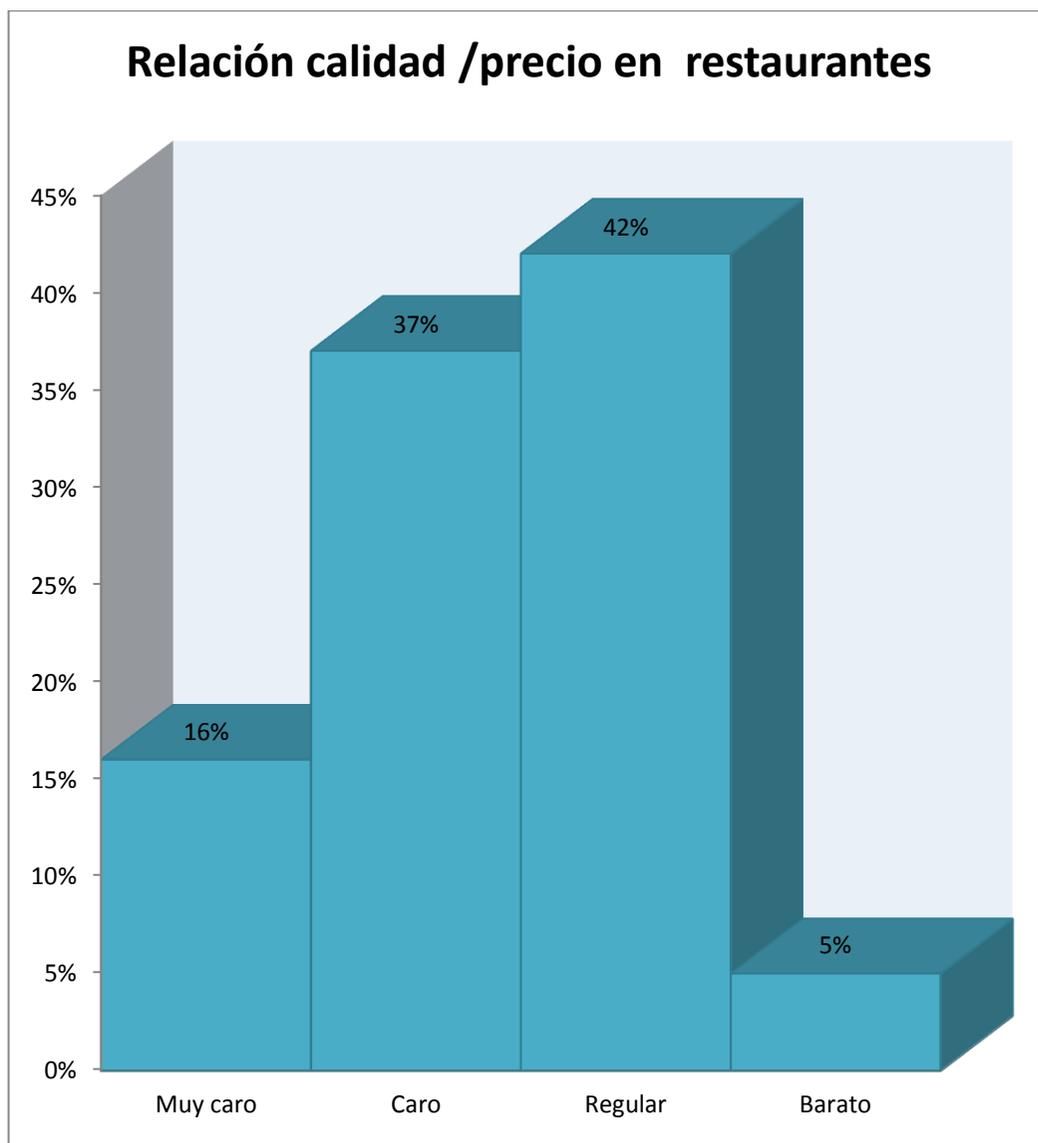
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la calidad de comida en los restaurantes ubicados en el Aeropuerto el 63% de los encuestados mencionaron que es buena, un 18% dijo que es entre regular y malo y el 19% mencionó que es muy buena.

Con los datos obtenidos se puede resaltar que de acuerdo a la percepción de las personas que consumen en los restaurantes del aeropuerto motivo de estudio, sí existe calidad en la comida que se comercializa.

#### 4.- Relación calidad / precio en restaurantes

Figura 4. 9 Relación calidad /precio en restaurantes

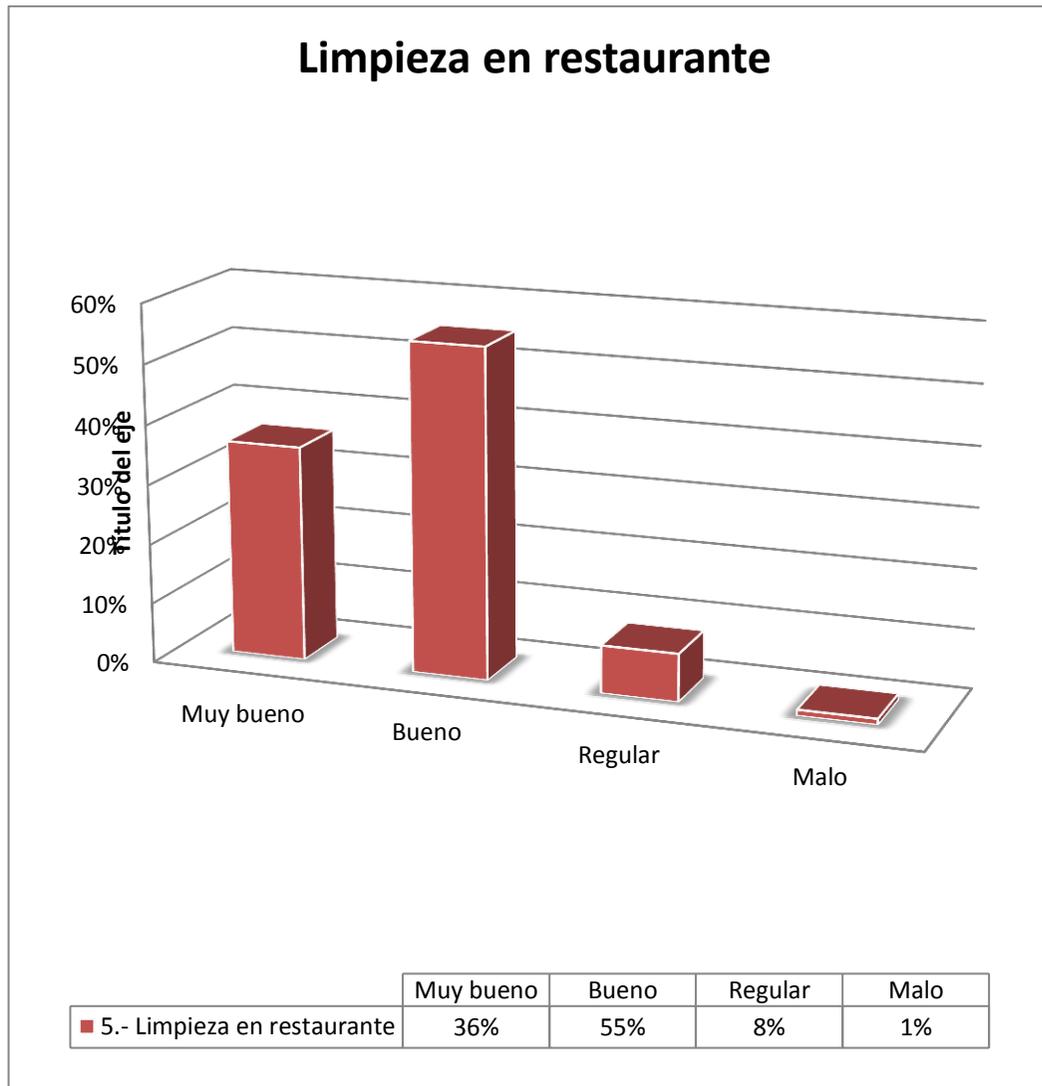


Fuente: Elaboración propia

El 42% de las personas encuestadas mencionaron que la relación de la calidad y el precio de las comidas ofertadas es regular, mientras que el 37% dijeron que es cara, el 16% que es muy cara y el 5% dijo barato. Esto permite resaltar que no se está vendiendo de acuerdo a la calidad de producto que se ofrece de acuerdo a la percepción de los consumidores.

## 5.- Limpieza en restaurante

Figura 4. 10 Limpieza en restaurante



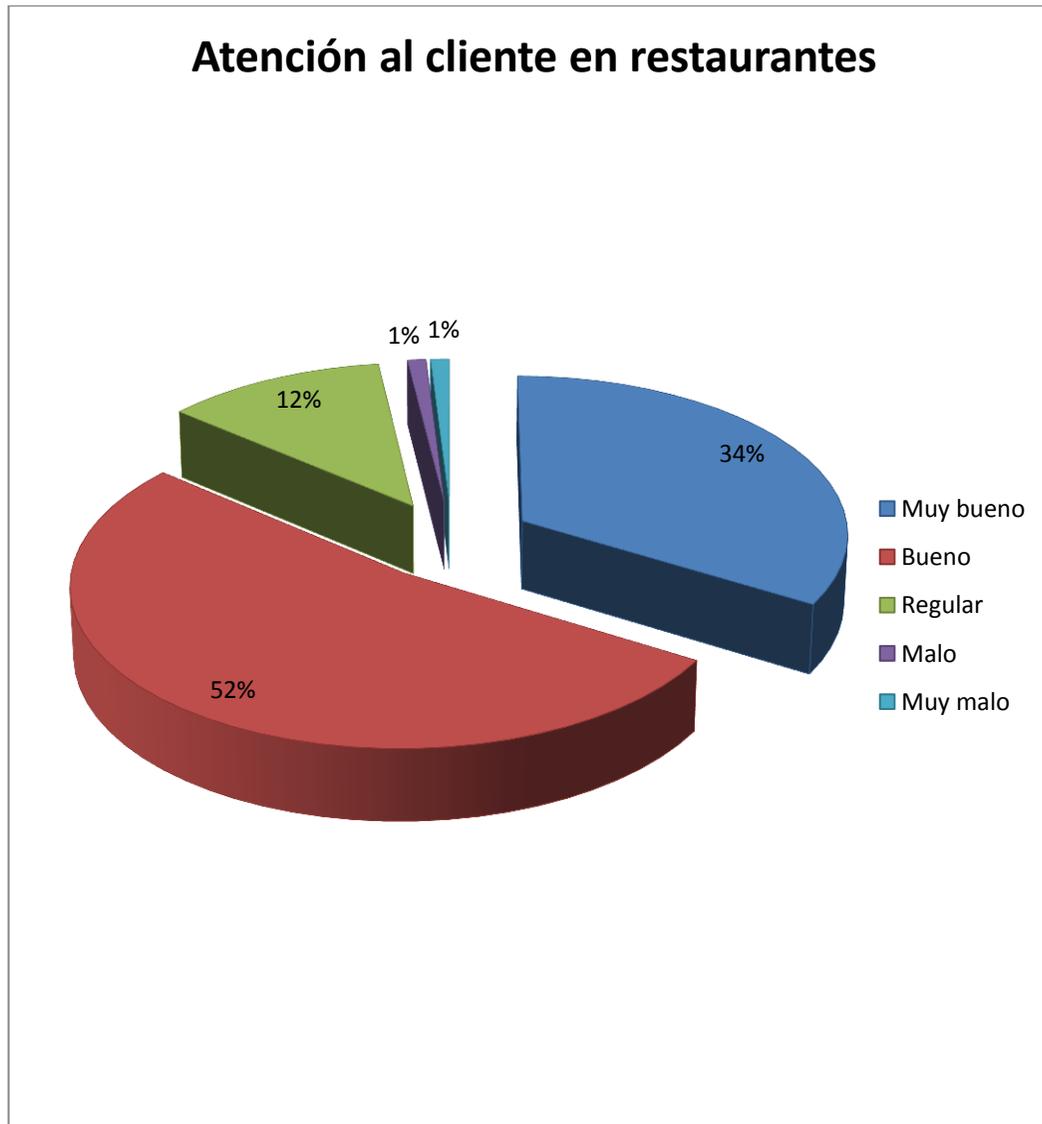
TTB: 91%

Fuente: Elaboración propia

A lo que se refiere la limpieza en los restaurantes del aeropuerto el 55% mencionó que es buena, el 36% dijo que muy buena, el 8% dijo que regular y el 1% dijo que malo, lo que demuestra que en los locales sí se están preocupando por presentar una buena imagen ante los clientes.

## 6.- Atención al cliente en restaurantes

Figura 4. 11 Atención al cliente en restaurantes



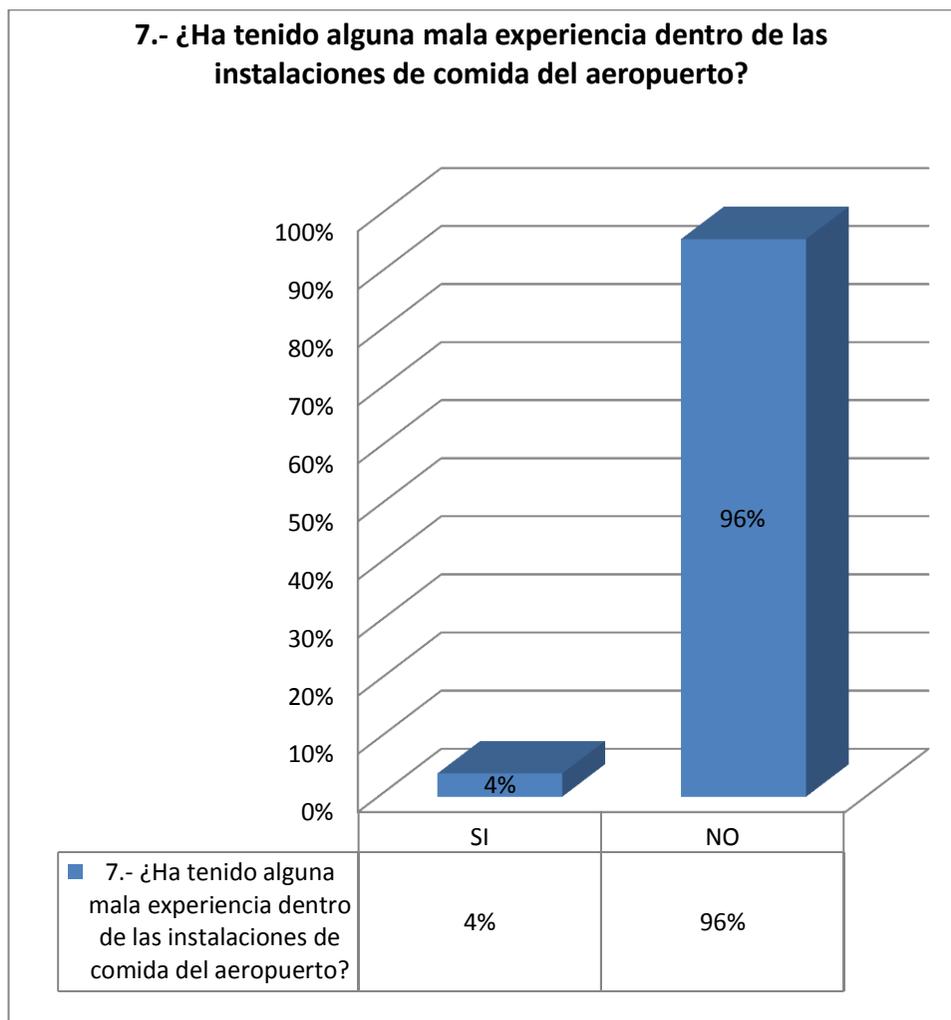
TTB: 86%

Fuente: Elaboración propia

Para el 52% de los encuestados, la atención recibida en los restaurantes aeropuerto José es buena, mientras que el 34% es muy buena y un porcentaje de 14% mencionó que es regular, mala y muy mala, lo que deja entre ver que sí existe preocupación en estos negocios por garantizar la satisfacción del cliente.

## 7.- ¿Ha tenido alguna mala experiencia dentro de las instalaciones de comida del aeropuerto?

Figura 4. 12 Mala experiencia



Fuente: Elaboración propia

El 96% de las personas encuestadas no han tenido ninguna mala experiencia en el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, mientras que el 4% sí, lo que significa que la atención que se brinda dentro de este, está orientada en hacer sentir bien al cliente, por lo que se destacan pocos casos de mala experiencia que por ende el consumidor lo relaciona con mala atención, aunque cabe destacar la importancia de poder alcanzar un 100% en que las personas que visiten el aeropuerto no tengan ninguna mala experiencia.

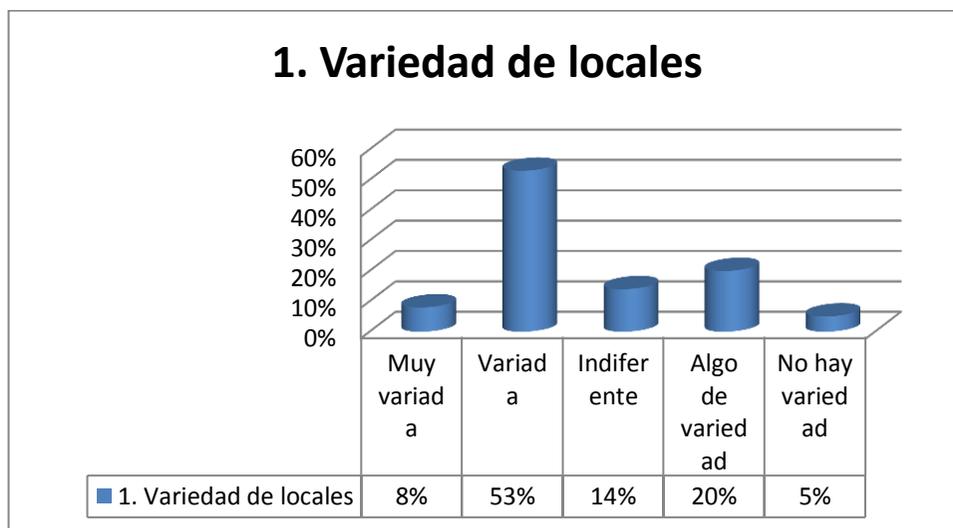
## 8.- Para los que comentan que sí ¿Cual mala experiencia?

- Cuando compré un café sabía muy mal.
- En una cafetería en arribo nacional no me atendieron, sino que estaban conversando los empleados sobre un problema.
- La chica que estaba en el restaurante junto a la puerta de embarque nacional, estaba molesta.
- En el kfc me dieron una funda de mayonesa abierta.
- Me sirvieron una comida que la parte de abajo del plato estaba helada.
- En Juan Valdez me cambiaron la orden porque lo que pedí se había terminado.

## Evaluación de la diversidad de locales

### 1. Variedad de locales

Figura 4. 13 Variedad de locales



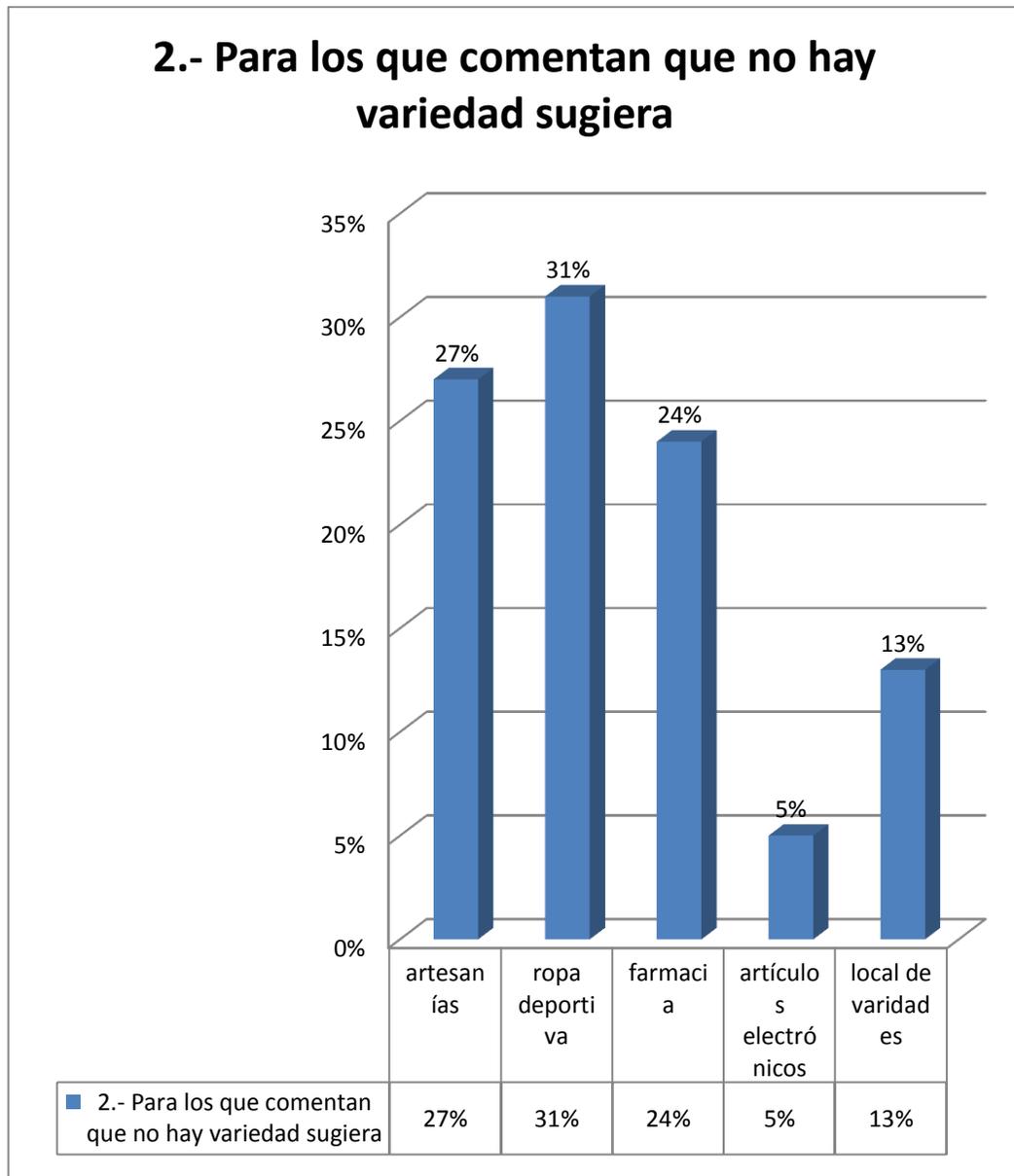
TTB: 61%

Fuente: Elaboración propia

Para el 61% de los encuestados existe variedad en los locales que tiene el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo, mientras que el 14% se mostró indiferente a la pregunta y un 25% dijo que sí existía algo de variedad y otros mencionaron que no.

## 2.- Para los que comentan que no hay variedad sugiera

Figura 4. 14 Para los que comentan que no hay variedad sugiera

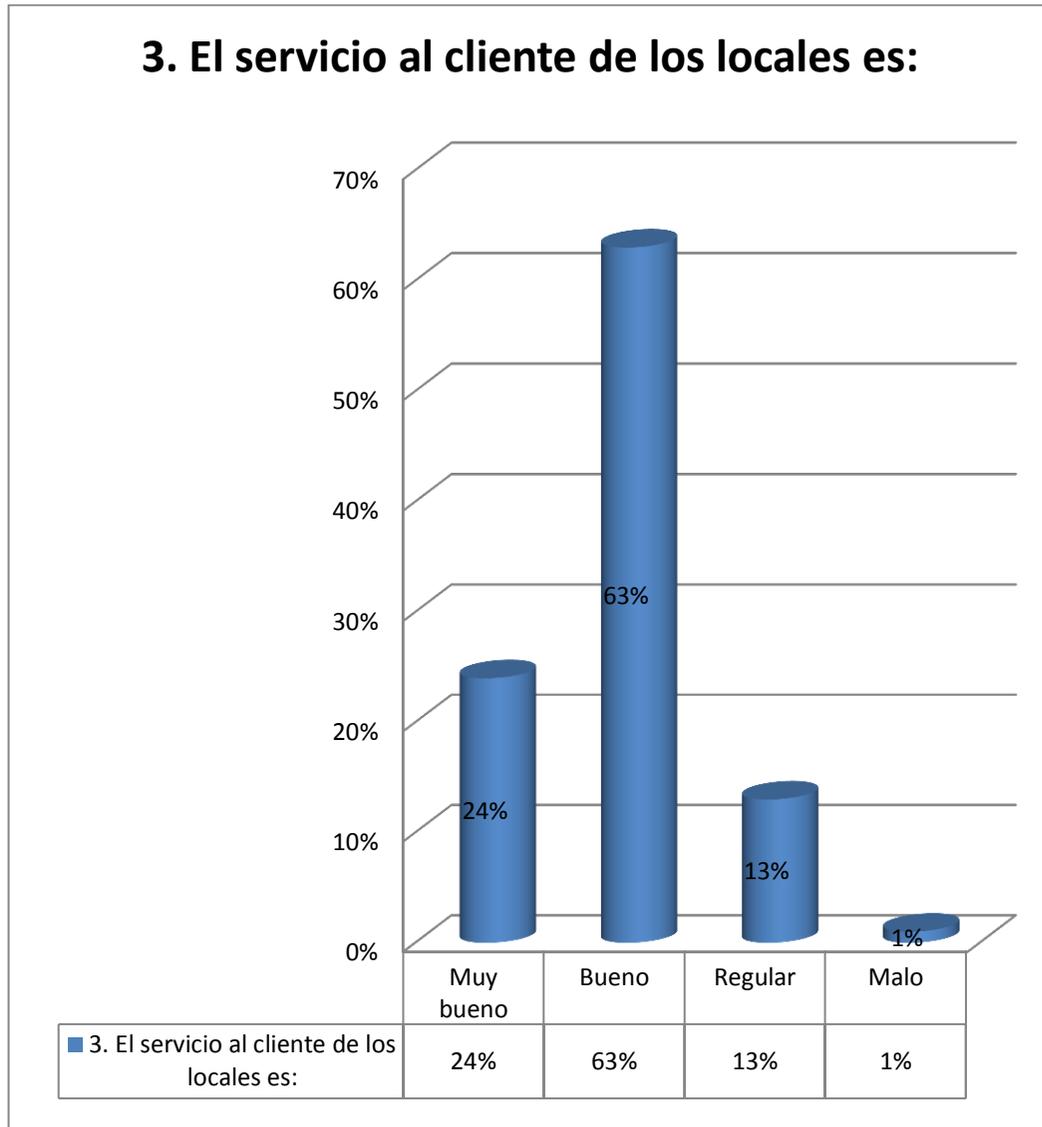


Fuente: Elaboración propia

Según las personas que mencionaron que no existe variedad de locales en el aeropuerto, el 31% dijeron que sería bueno que exista un local de ropa deportiva, el 17% dijo que mejor sería un local de artesanía, el 24% dijo que hace falta una farmacia, el 13% dijo que es necesario un local de variedades y el 5% dijo que sería bueno que exista un local de artículos electrónicos.

### 3. El servicio al cliente de los locales es:

Figura 4. 15 El servicio al cliente de los locales es



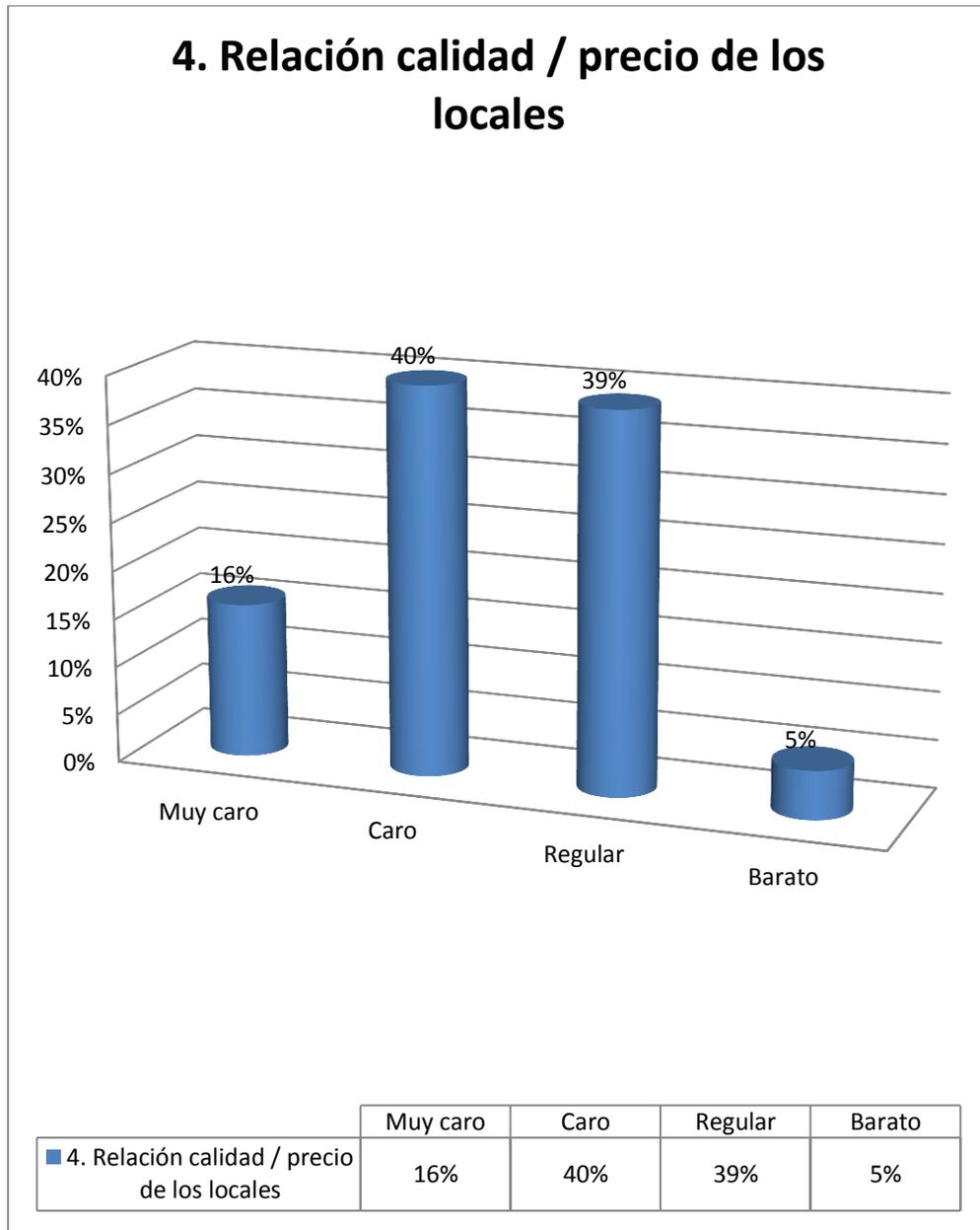
TTB: 87%

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas el 63% de las personas aseguraron que el servicio al cliente en los locales del aeropuerto es buena, mientras que el 24% dijo que muy buena, por otro lado el 13% dijo que regular y el 1% dijo que mala, lo que demuestra que sí existe responsabilidad en brindar la mejor atención a las personas que visitan el lugar.

#### 4. Relación calidad / precio de los locales

Figura 4. 16 Relación calidad / precio de los locales



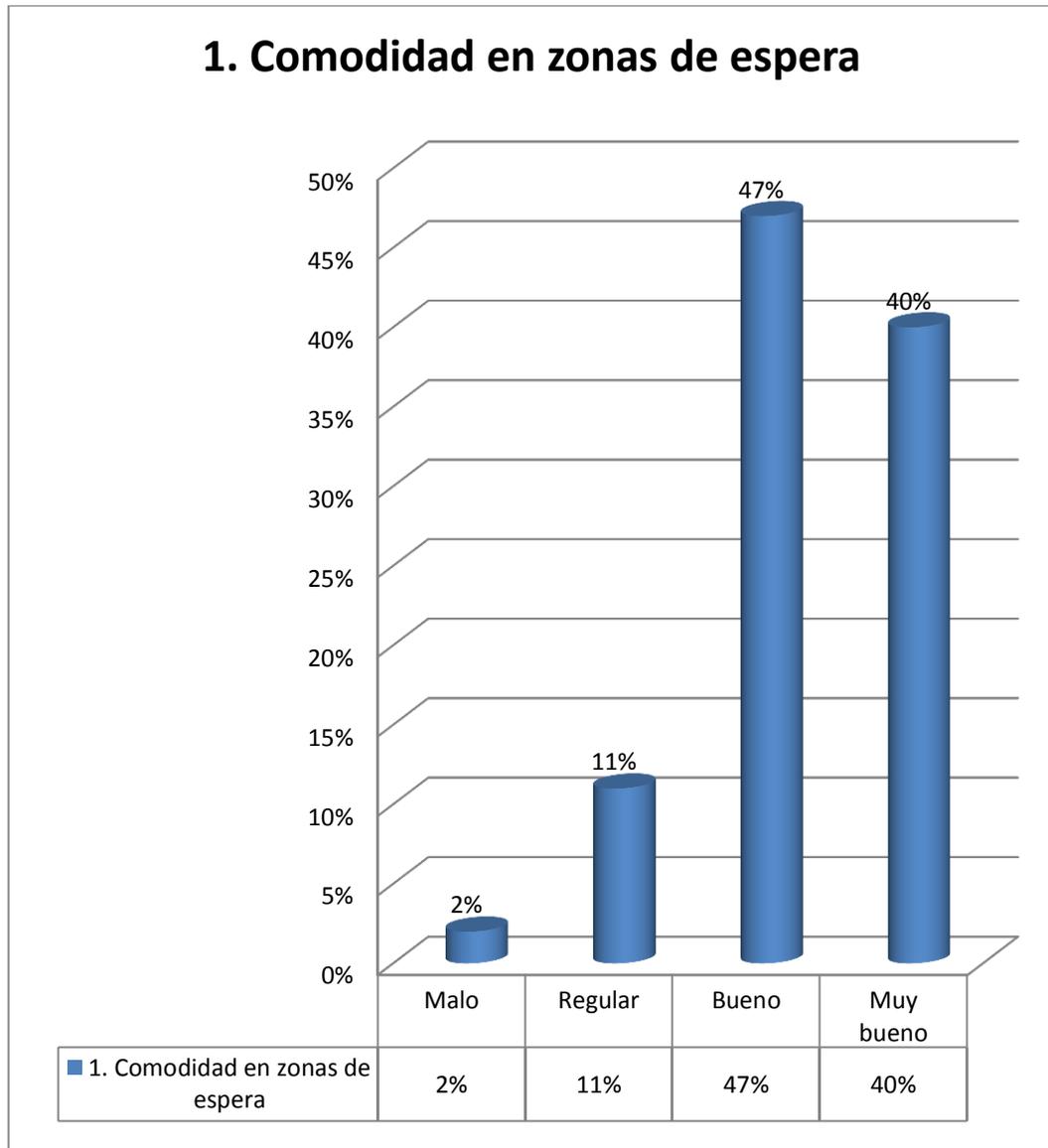
Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la relación de la calidad y el precio de los locales, para el 40% de las personas es caro, mientras que para el 39% es regular, por otra parte el 16% mencionó que es muy caro y el 5% dijo que barato.

## Evaluación de la zona de espera

### 1. Comodidad en zonas de espera

Figura 4. 17 Comodidad en zonas de espera



TBB: 87%

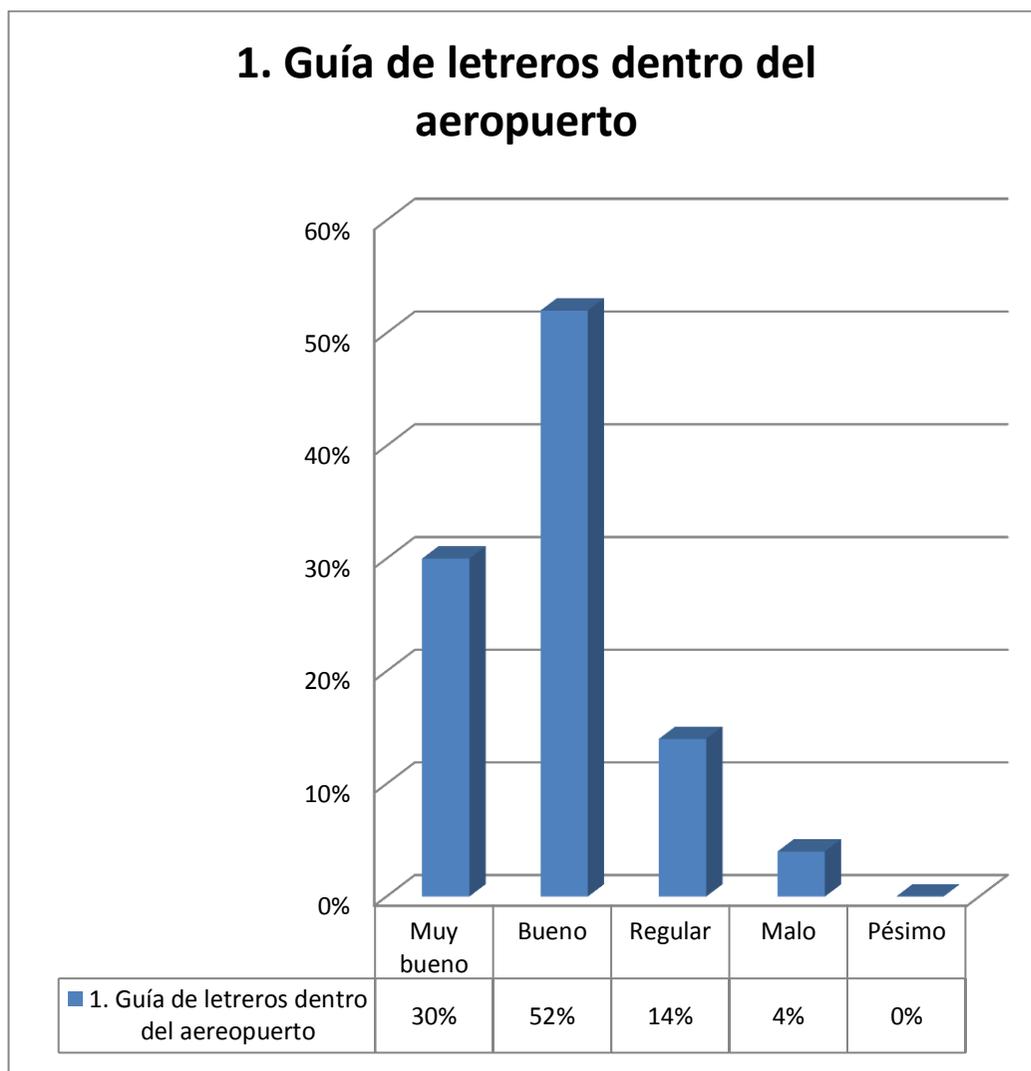
Fuente: Elaboración propia

El 47% de las personas que formaron parte de las encuestas mencionaron que es buena la comodidad que se brinda en la zona de espera, mientras que el 40% dijo que es muy buena, el 11% dijo que es regular y el 2% dijo que mala.

## Evaluación de la señalética

### 1. Guía de letreros dentro del aeropuerto

Figura 4. 18 Guía de letreros dentro del aeropuerto



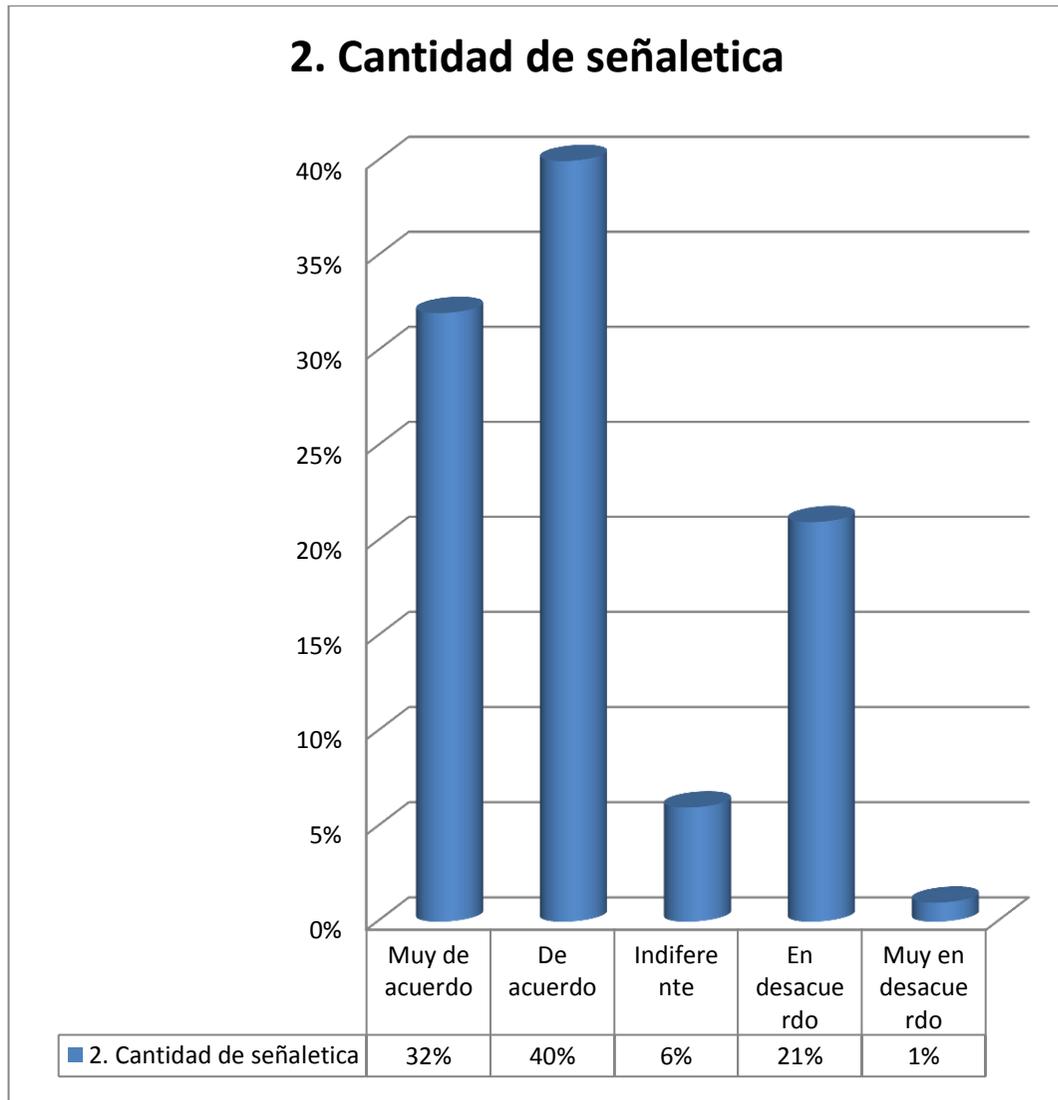
TTB: 82%

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a la guía de letreros dentro del aeropuerto, para el 52% de las personas es buena, el 30% mencionó que es muy buena, el 14% dijo que regular y el 4% dijo que malo, lo que permite resaltar que sí existe buena guía dentro de la zona de estudio.

## 2. Cantidad de señalética

Figura 4. 19 Cantidad de señalética



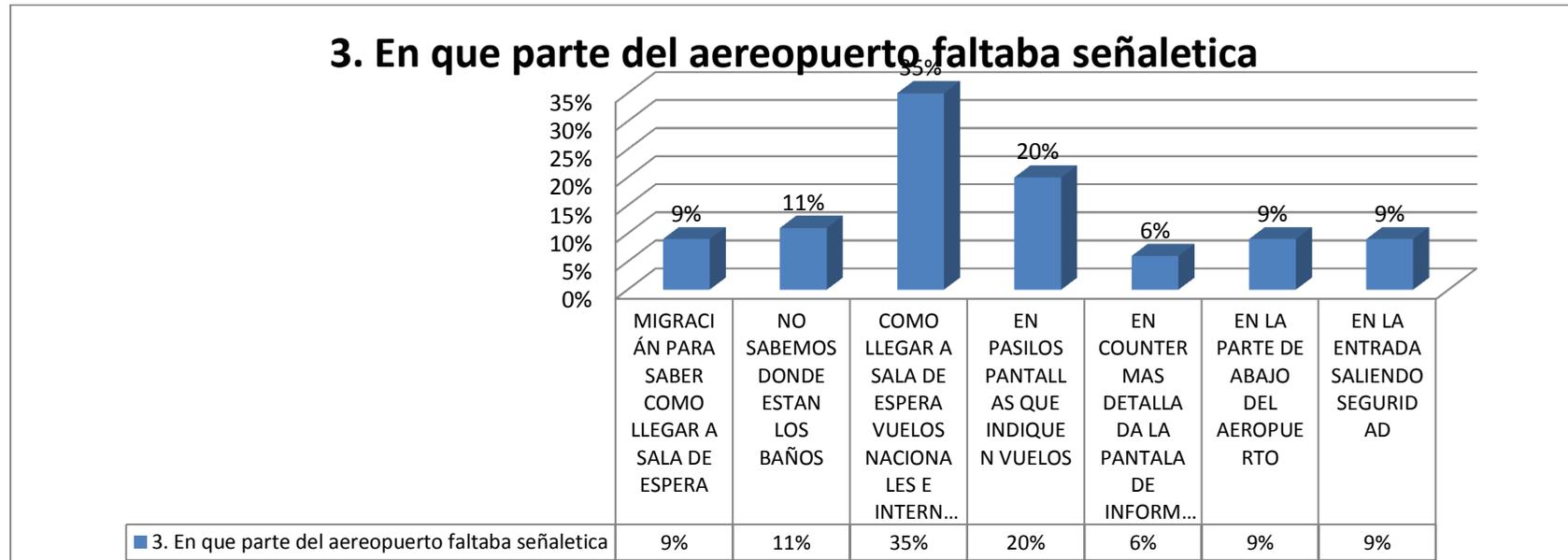
TTB: 72%

Fuente: Elaboración propia

La mayor parte de los encuestados correspondiente al 72% de las personas mencionaron que están muy de acuerdo y de acuerdo que existe buena cantidad de señalética en el aeropuerto, mientras que el porcentaje restante se mostró indiferente a la pregunta y por otra parte otras personas dijeron estar en desacuerdo y muy desacuerdo.

### 3. En qué parte del aeropuerto faltaba señalética

Figura 4. 20 En qué parte del aeropuerto faltaba señalética

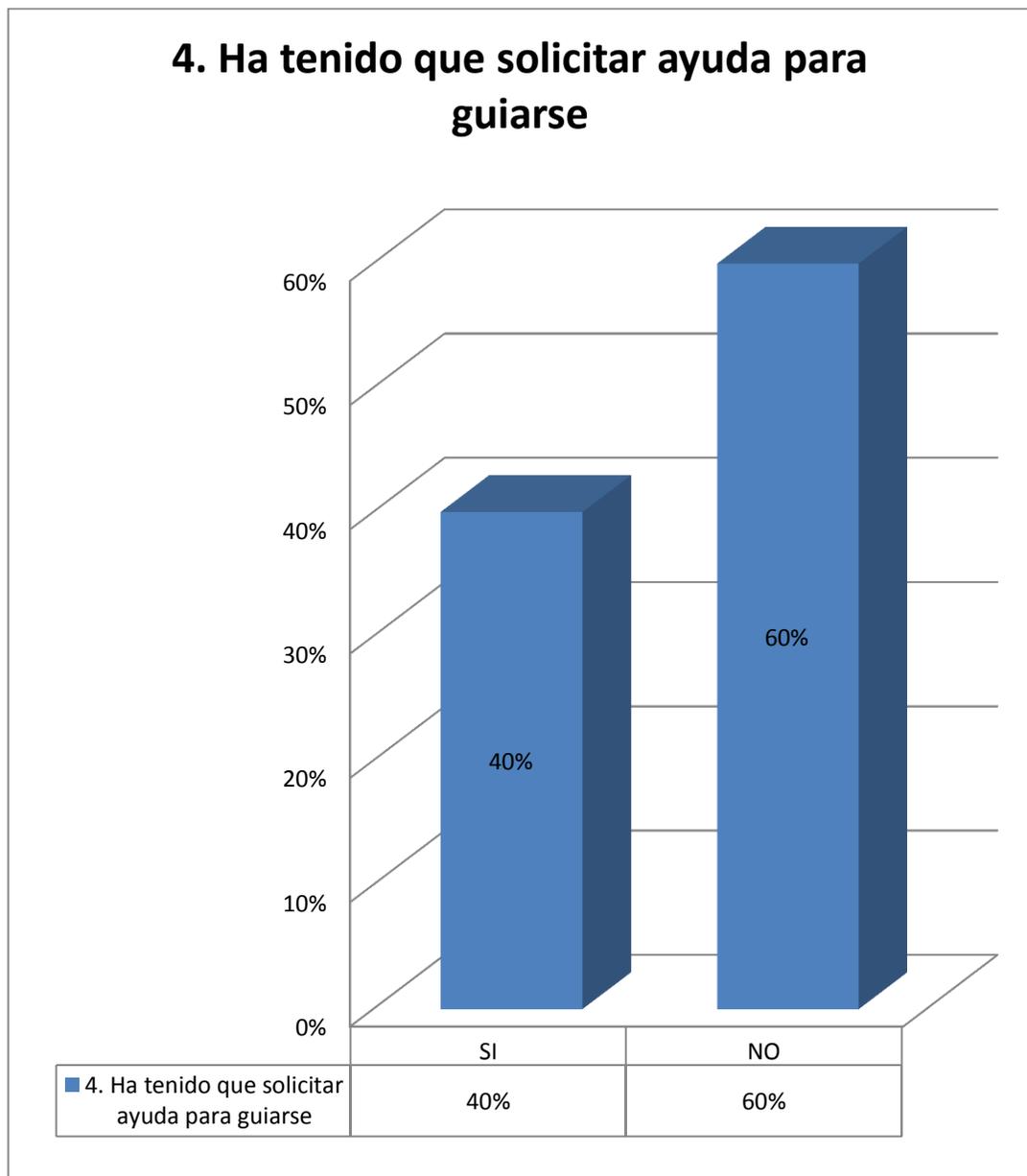


Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas las personas mencionaron que falta señalética para saber cómo llegar a sala de espera de vuelos nacionales e internacionales, el 20% de las personas dijeron que falta señalética en pasillos para que indiquen los vuelos.

#### 4. Ha tenido que solicitar ayuda para guiarse

Figura 4. 21 Ha tenido que solicitar ayuda para guiarse

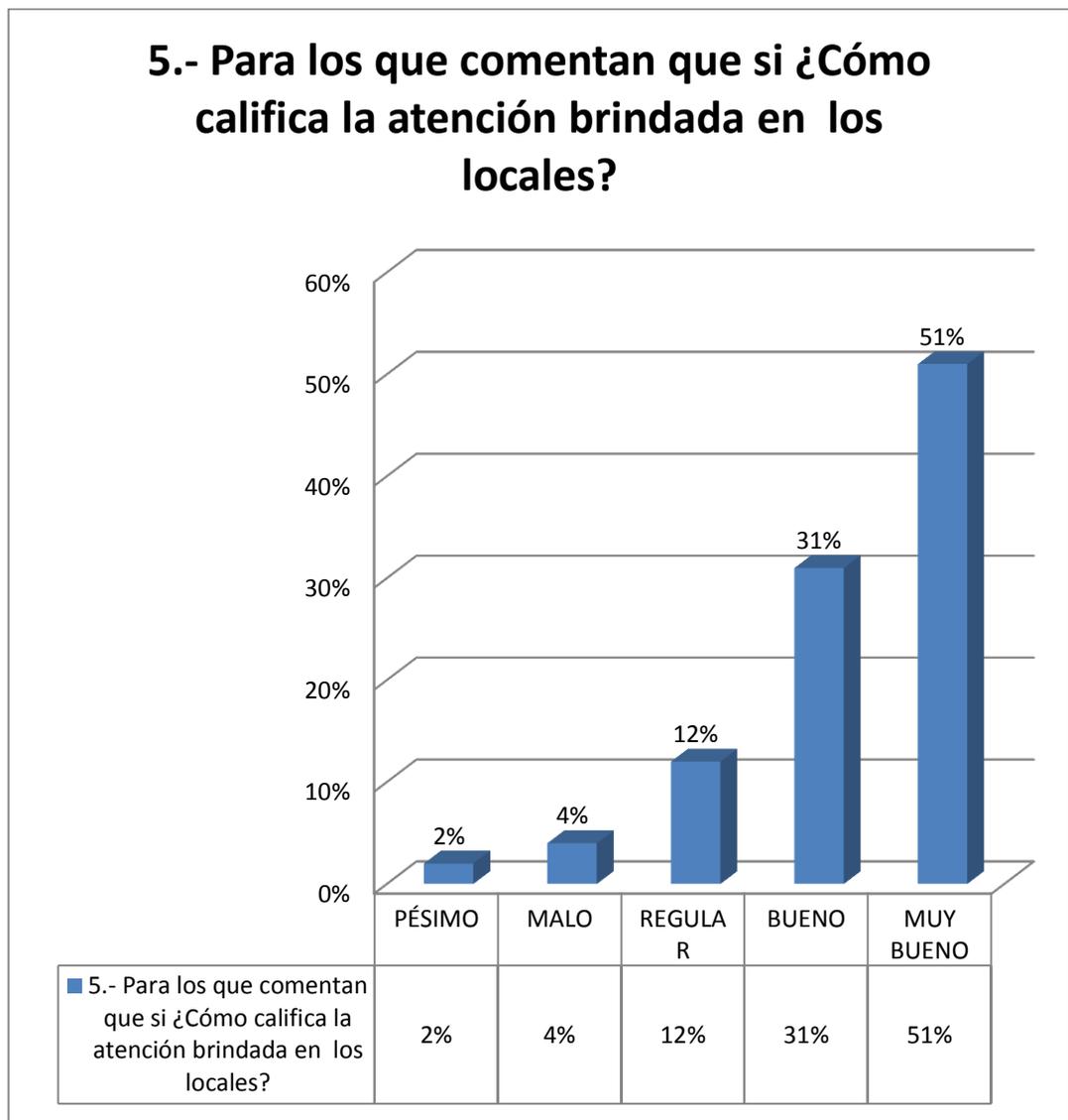


Fuente: Elaboración propia

El 60% de las personas encuestadas mencionaron no han tenido que solicitar ayuda para guiarse en el aeropuerto, mientras que el 40% sí han necesitado ayuda, por lo que se puede resaltar la falta de señalética existente en el lugar motivo de estudio.

**5.- Para los que comentan que sí ¿Cómo califica la atención brindada en los locales?**

Figura 4. 22 Para los que comentan que sí ¿Cómo califica la atención brindada en los locales?



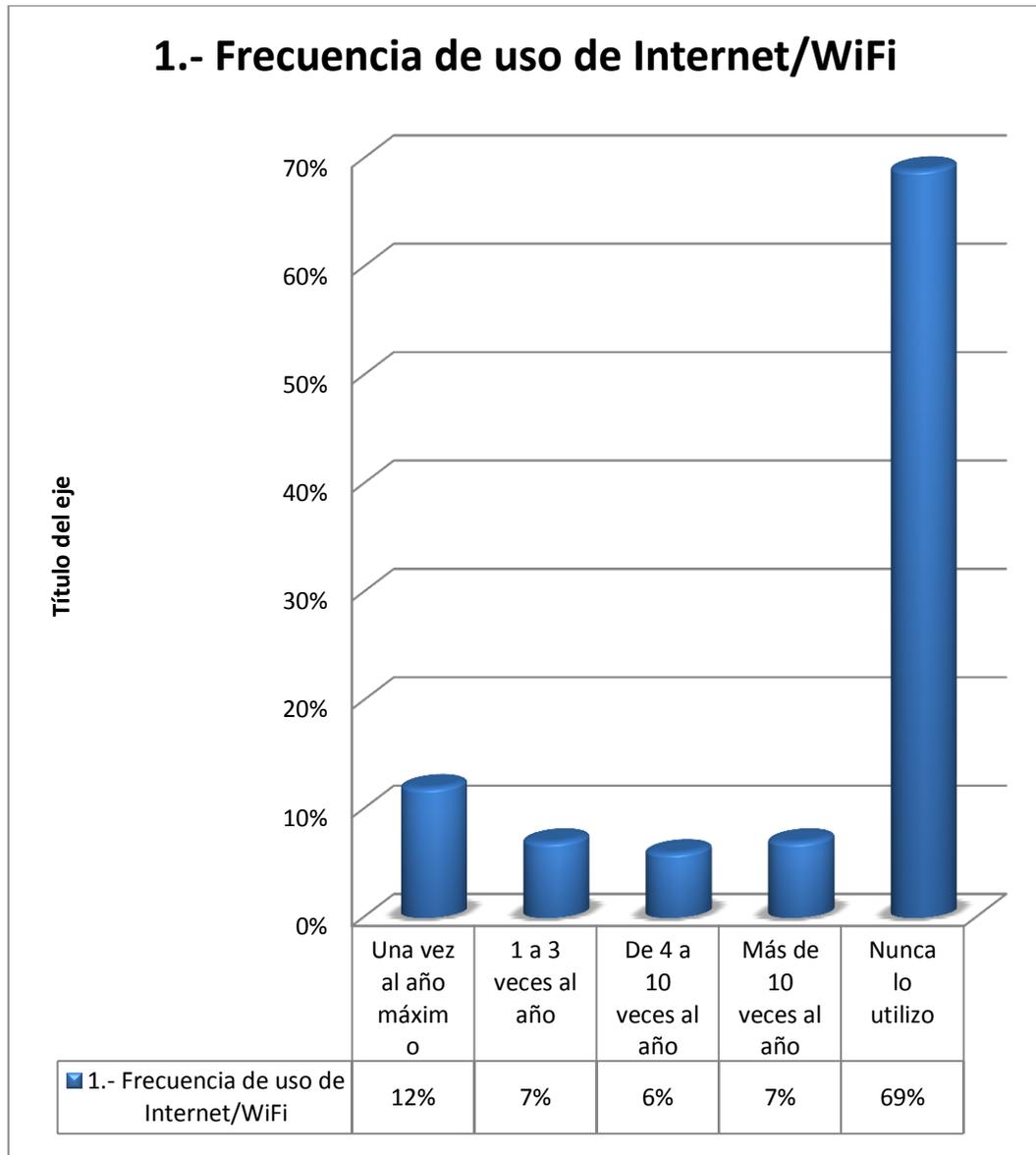
Fuente: Elaboración propia

En las encuestas se puede resaltar que de las personas que algún momento necesitaron ayuda para guiarse dentro del aeropuerto, el 82% califica la atención brindada como buena y muy buena, mientras que el porcentaje restante la califica regular, mala y pésima.

## Evaluación del internet ofrecido

### 1.- Frecuencia de uso de Internet/WiFi

Figura 4. 23 Frecuencia de uso de Internet/WiFi

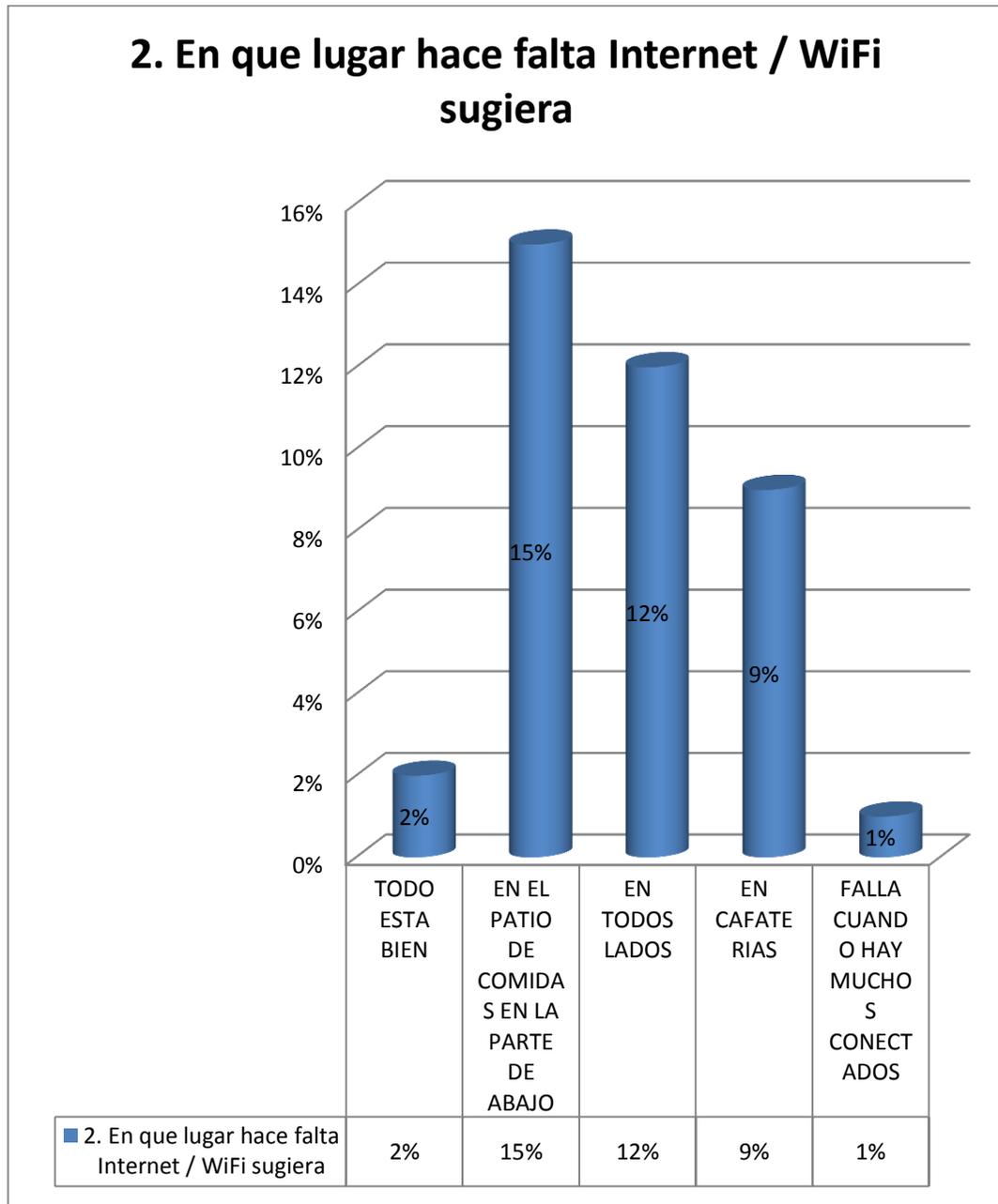


Fuente: Elaboración propia

El 69% de los encuestados nunca ha utilizado el internet/WiFi en el aeropuerto, el 12% lo ha hecho máximo una vez al año, el 7% lo ha hecho de 1 a 3 veces al año, y otro 7% ha utilizado más de 10 veces al año, por otra parte un 6% lo ha hecho de 4 a 10 veces al año.

## 2. En qué lugar hace falta Internet / WiFi sugiera

Figura 4. 24 En qué lugar hace falta Internet / WiFi sugiera



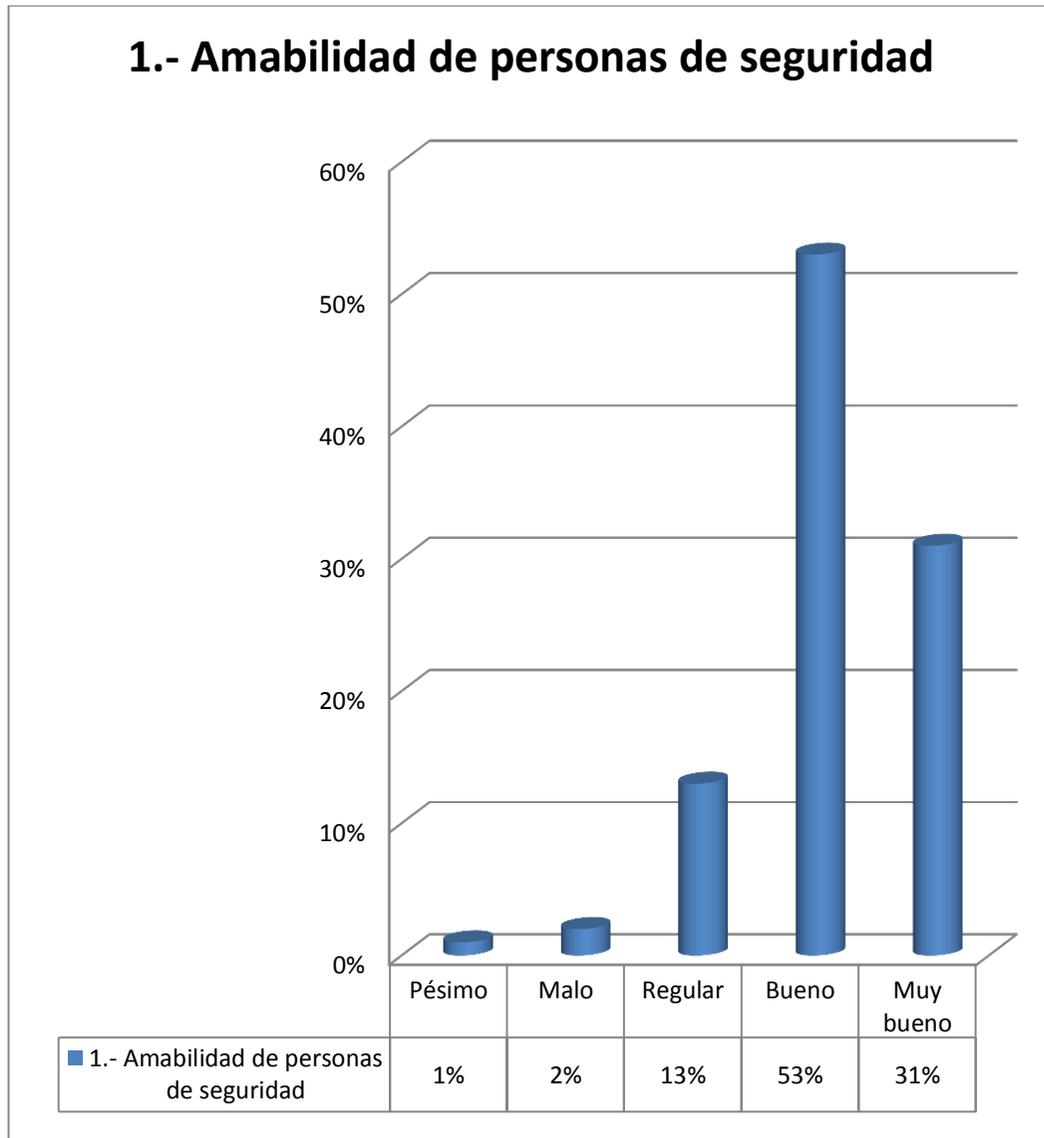
Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas el lugar donde hace falta el servicio del internet dentro del aeropuerto y que las personas sugieren es en la parte baja del patio de comidas.

## Evaluación de la percepción de seguridad

### 1.- Amabilidad de personas de seguridad

Figura 4. 25 Amabilidad de personas de seguridad



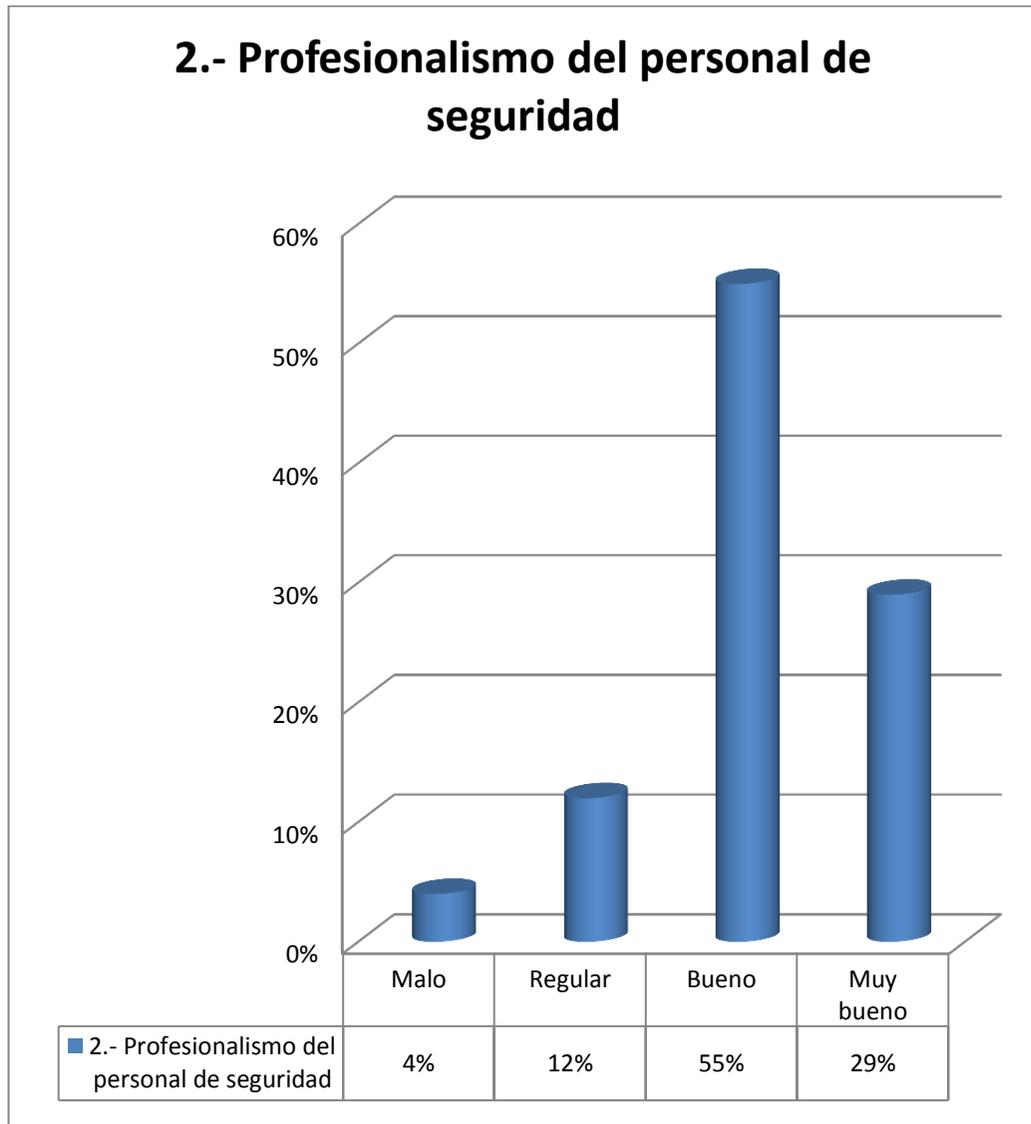
TTB: 84%

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo a los resultados reflejados en las encuestas el 84% de las personas aseguran que la amabilidad de las personas de seguridad del aeropuerto es buena y muy buena.

## 2.- Profesionalismo del personal de seguridad

Figura 4. 26 Profesionalismo del personal de seguridad



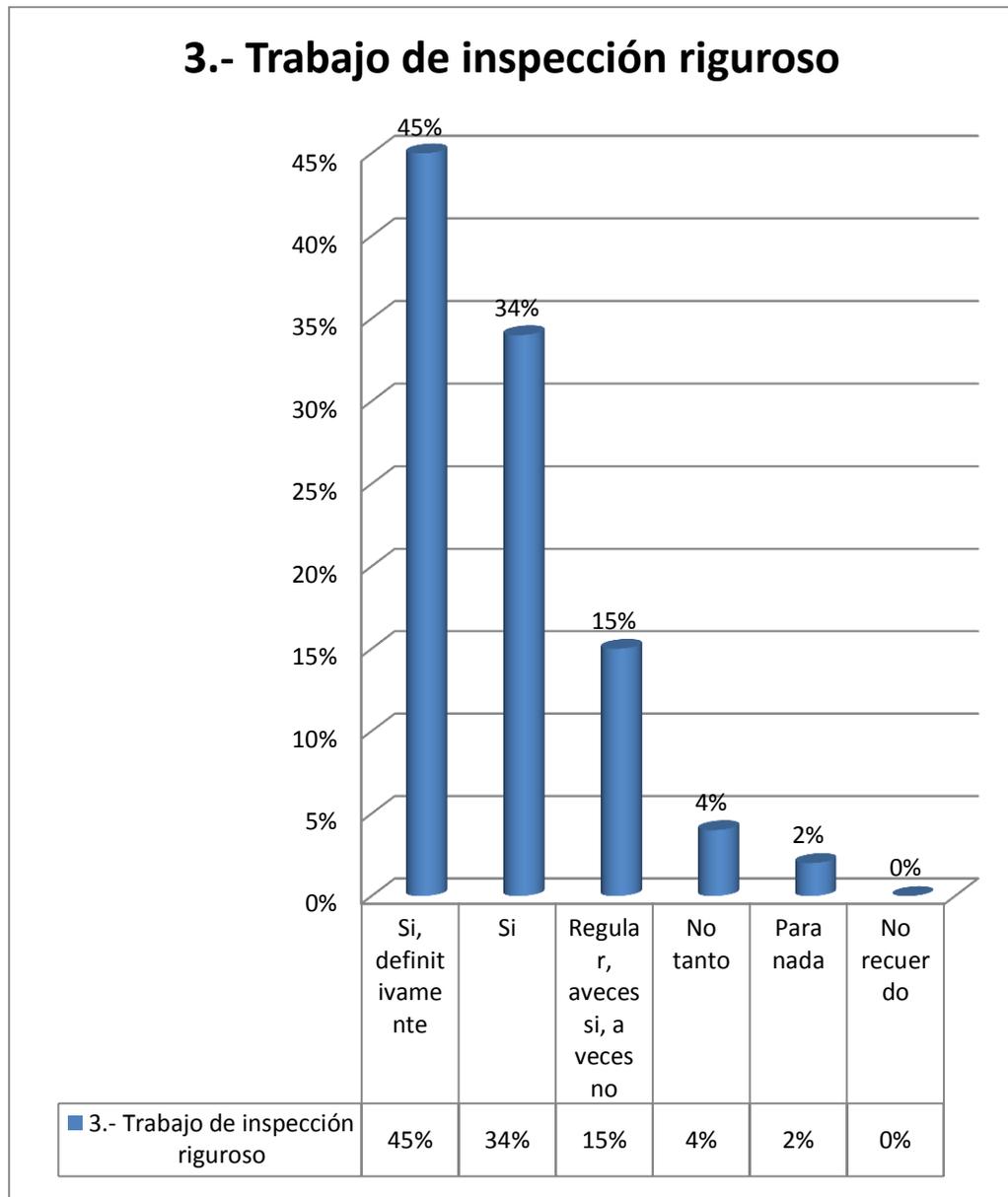
TTB: 84%

Fuente: Elaboración propia

Las personas a las cuales se les realizó la encuesta mencionaron que existe profesionalismo en las personas de seguridad, ya que únicamente un porcentaje bajo correspondiente al 4% dijo que es malo y el 12% se mostró imparcial.

### 3.- Trabajo de inspección riguroso

Figura 4. 27 Trabajo de inspección riguroso



TTB: 79%

Fuente: Elaboración propia

Según las encuestas el 45% de las personas mencionaron que en el Aeropuerto definitivamente sí existe un trabajo de inspección riguroso, el 34% sólo dijo que sí, el 15% dijo que a veces, el 4% dijo que no tanto y el 2% que no hay para nada.

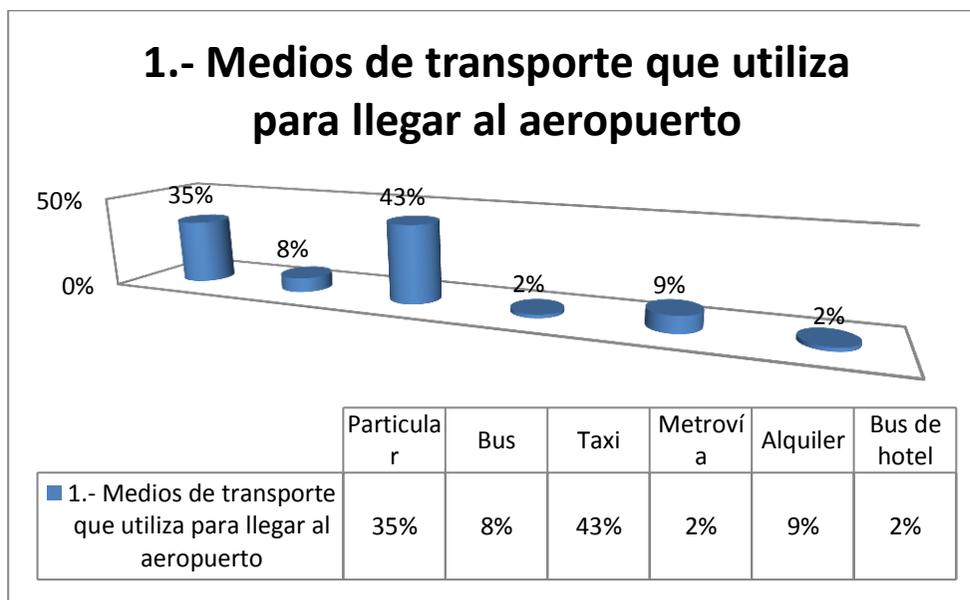
#### 4.- Tipo de asistencia que le gustaría recibir mientras espera en fila en migración y seguridad

- Que informen al pasajero.
- Revistas.
- Sillas.
- Más personal.
- Que ayuden explicando cómo llenar formularios.
- Todo bien.
- Información detallada de los vuelos.
- Ayudar con el equipaje y verificando documentos de migración.

### Evaluación de los Medios de transporte para llegar al aeropuerto

#### 1.- Medios de transporte que utiliza para llegar al aeropuerto

Figura 4. 28 Medios de transporte que utiliza para llegar al aeropuerto

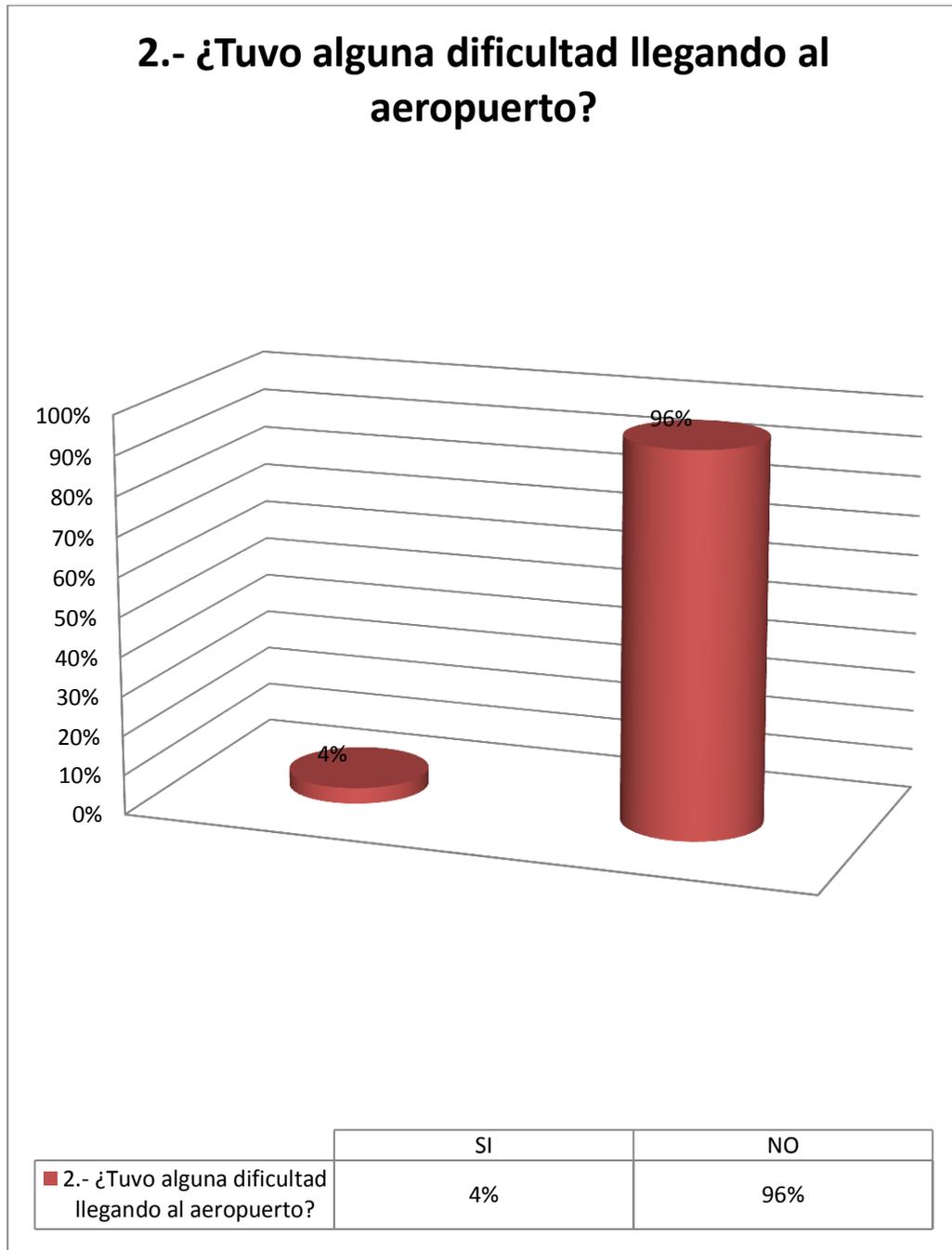


Fuente: Elaboración propia

El 43% de las personas encuestadas utilizan taxi como medio de transporte para llegar a al aeropuerto, el 35% dijo que utiliza carro particular, el 9% utiliza carro de alquiler, el 8% bus y un 2% metrovía, así como otro 2% bus de hotel.

## 2.- ¿Tuvo alguna dificultad llegando al aeropuerto?

Figura 4. 29 ¿Tuvo alguna dificultad llegando al aeropuerto?

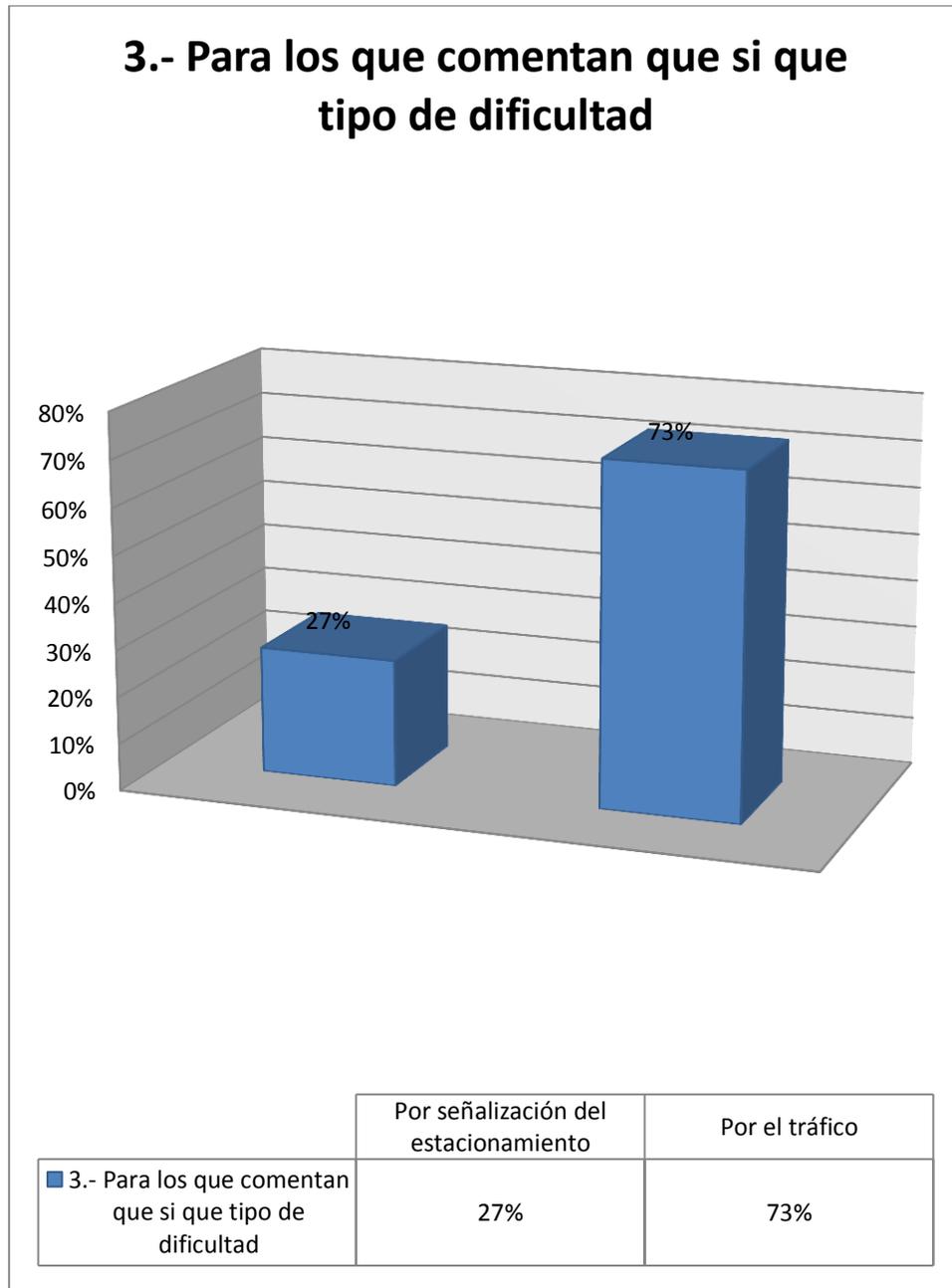


Fuente: Elaboración propia

El 96% de los encuestados sí tuvieron algún tipo de dificultad llegando al aeropuerto, mientras que el 4% no la tuvo.

### 3.- Para los que comentan que sí, que tipo de dificultad

Figura 4. 30 Para los que comentan que sí ¿Qué tipo de dificultad?



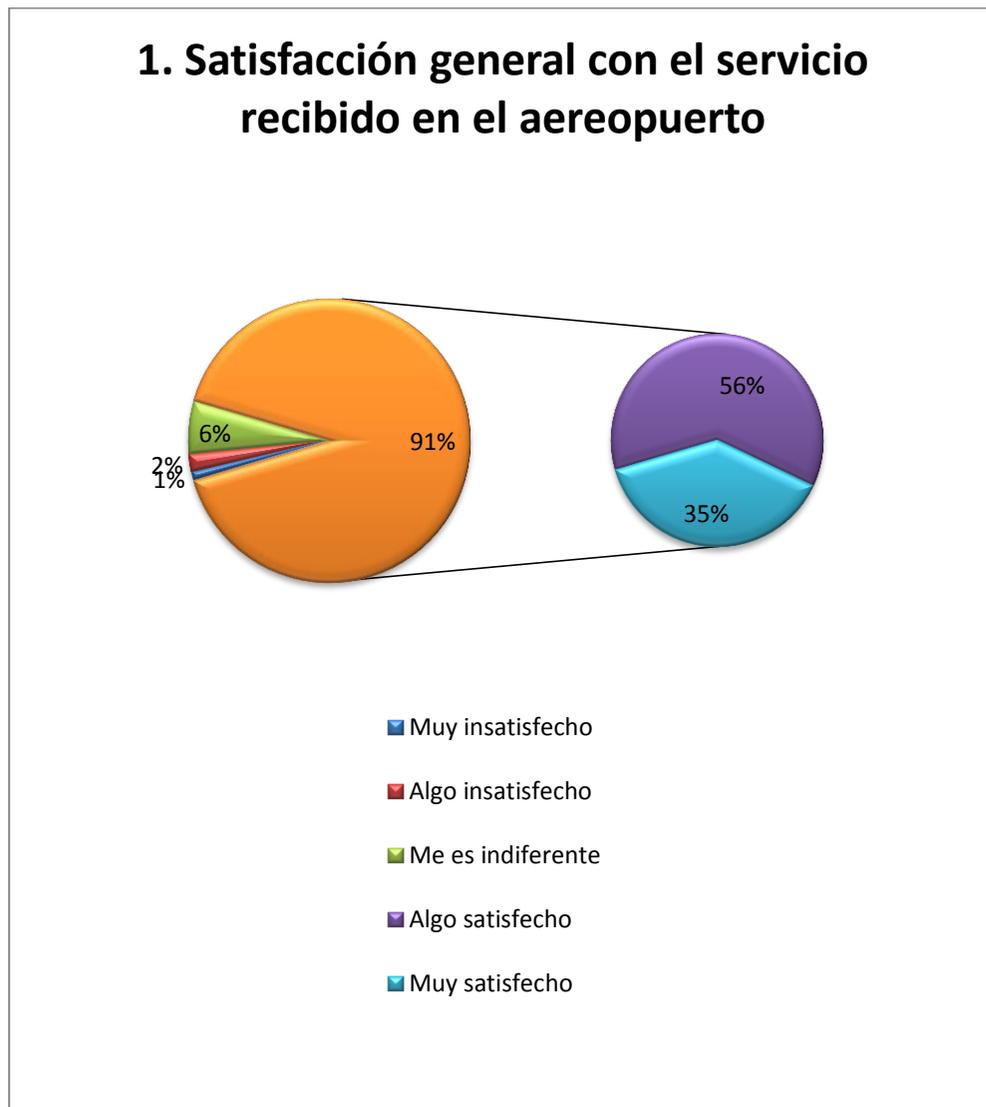
Fuente: Elaboración propia

De las personas que tuvieron un tipo de dificultad llegando al aeropuerto, el 73% dijo que fue por el tráfico y el 27% dijo que fue por señalización del estacionamiento.

## Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto.

### 1. Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto

Figura 4. 31 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto.



TTB: 91%

Fuente: Elaboración propia

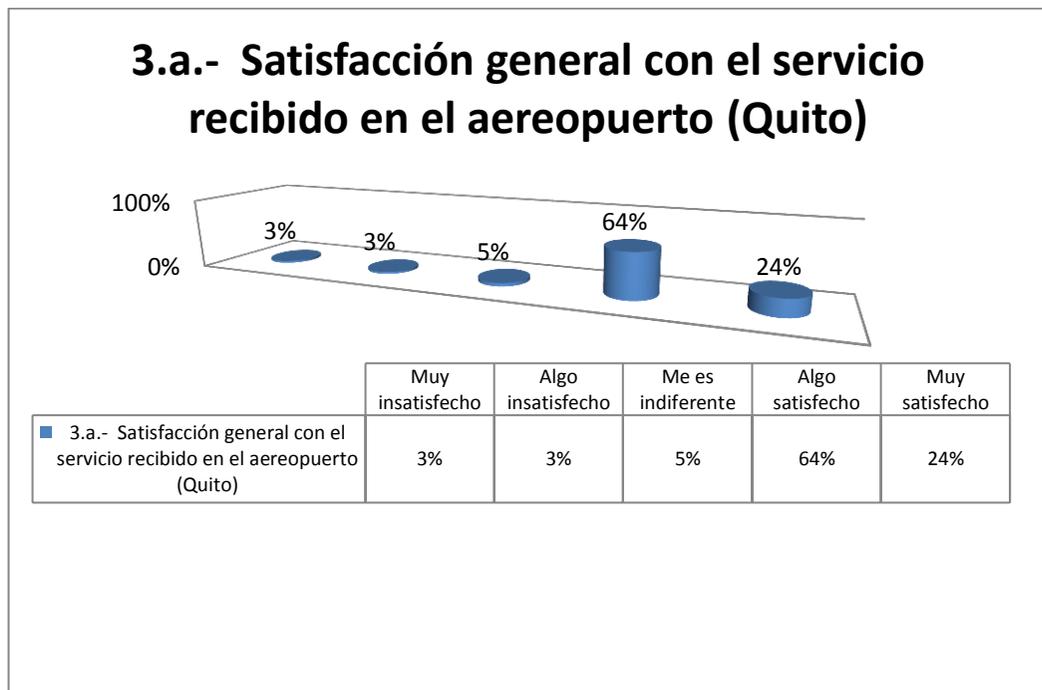
El 91% de las personas sí tienen satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto, mientras que el 6% le parece indiferente, el 2% estuvo algo satisfecho y sólo el 1% muy insatisfecho.

## 2.- ¿Por qué se sienten insatisfechos?

- Sala de espera aburrida.
- Las demoras en los vuelos.
- No facilidades al hacer reservaciones.
- Los de seguridad son groseros.

## 3.a.- Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Quito)

Figura 4. 32 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Quito)



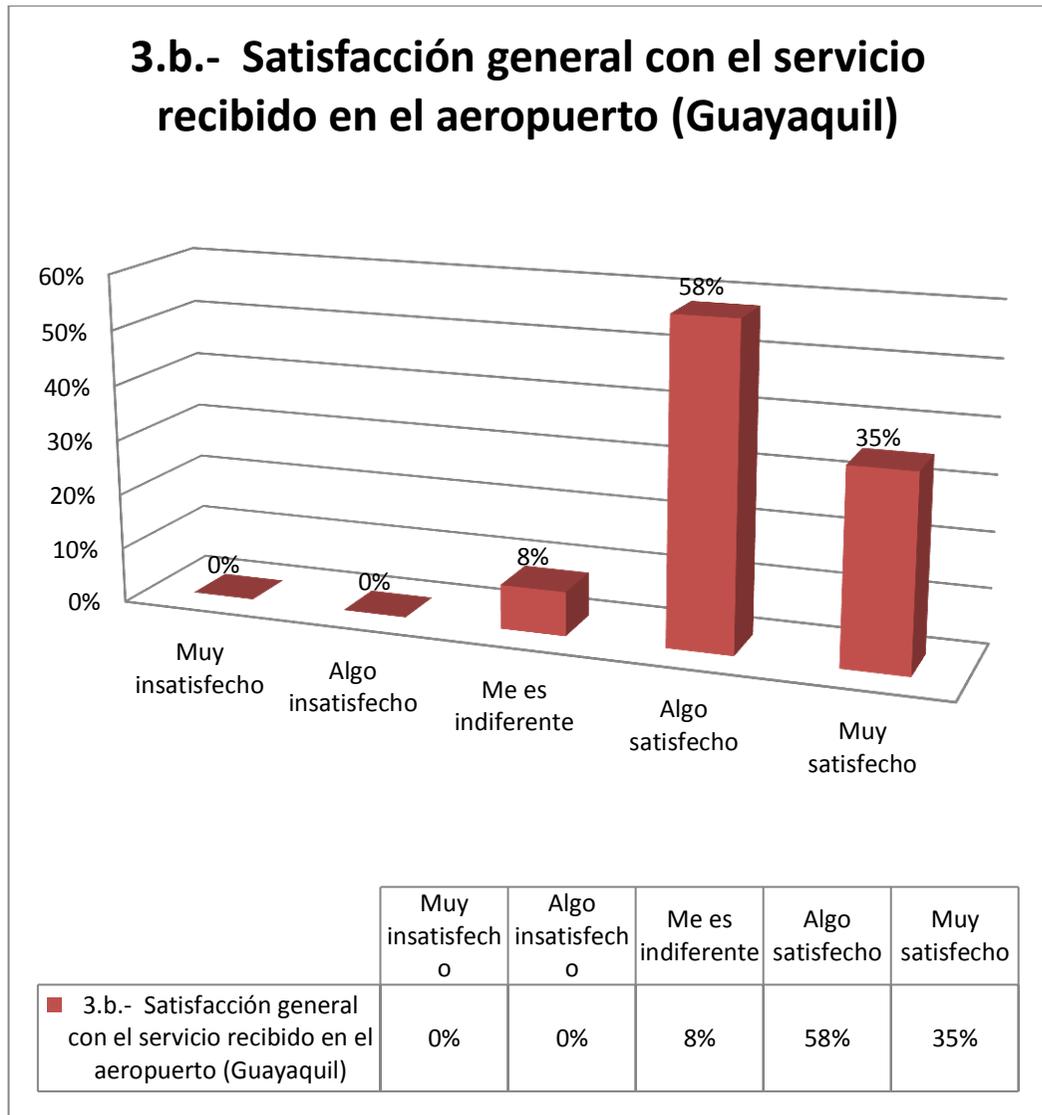
TTB: 88%

Fuente: Elaboración propia

El 64% de las personas mencionaron que se sienten algo satisfechos con el servicio general que recibieron en el aeropuerto de Quito, el 24% dijo que muy satisfechos, el 5% es indiferente, el 3% se sienten algo satisfechos y el 3% muy insatisfechos.

### 3.b.- Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Guayaquil)

Figura 4. 33 Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Guayaquil)



TTB: 93%

Fuente: Elaboración propia

El 58% de los encuestados mencionaron que se sienten algo satisfechos con el servicio recibido en el aeropuerto de Guayaquil, el 35% muy satisfechos y al 8% le fue muy indiferente.

## **Evaluación de los servicios de Migración dentro del aeropuerto**

### **José Joaquín de Olmedo**

**Naturaleza de la Investigación:** Cuantitativo Concluyente Transversal de naturaleza Adhoc.

**Población Objetivo:** Pasajeros de Vuelos Internacionales del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

**Técnica de Investigación Sugerida:** Cuantitativa: A través de un Estudio Cuantitativo Transversal a través encuestas “CARA A CARA EN EL SITIO” probabilística aleatoria y sistemática.

**Instrumento de Recopilación de Datos:** Cuestionario Cuantitativo Estructurado de aplicación “CARA A CARA”. Los instrumentos de recolección de datos fueron aprobados previamente por la tutora del presente trabajo.

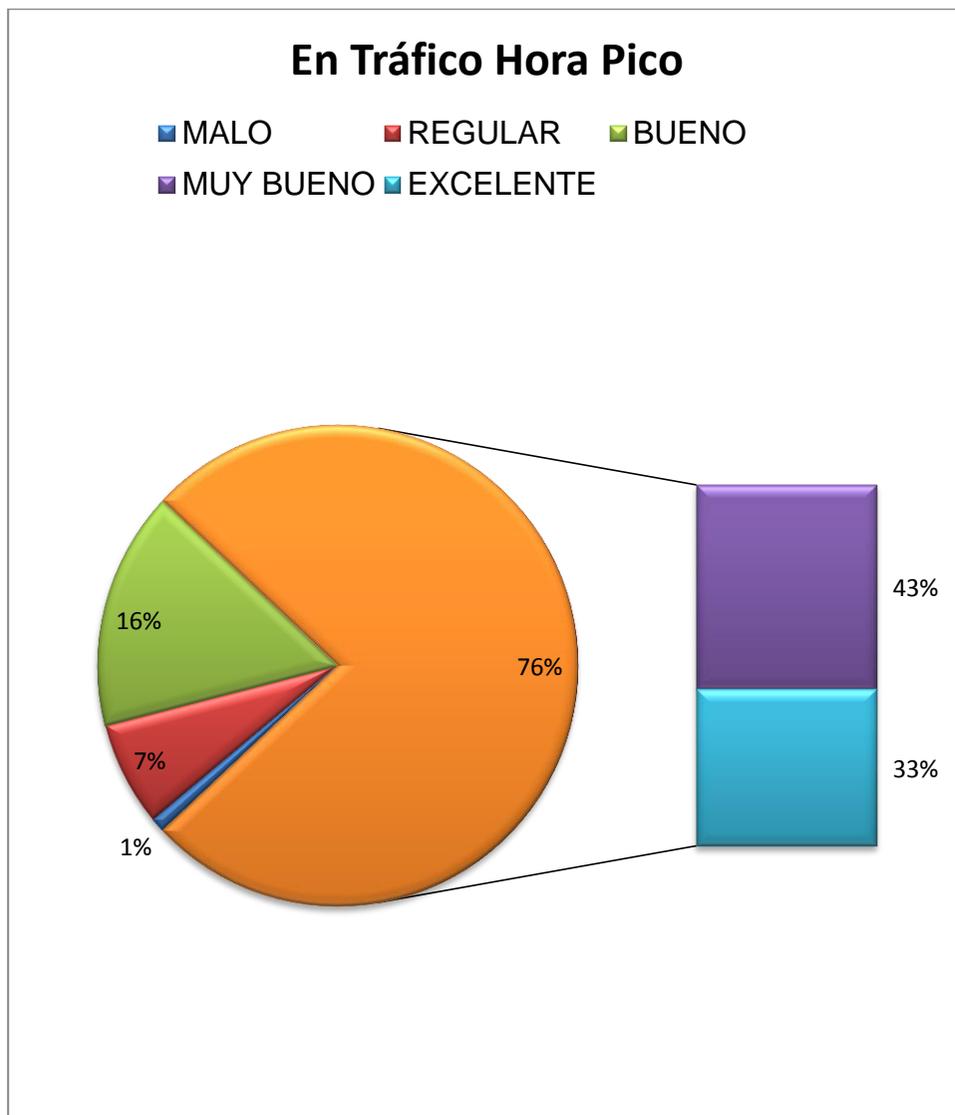
**Técnica de Muestreo Sugerido:** Se trabajó con 95% de nivel de confianza y 5% de error máximo permitido en la investigación, lo que resultó en un tamaño de muestra de 500 entrevistas efectivas. Para el cálculo de la muestra, se trabajó con la máxima variabilidad de los datos ( $p=q=0,5$ ). En una primera etapa se realizó a través de selección aleatoria probabilística para la primera raíz de etapa sistemática, repartiendo la distribución de la muestra, por número de pasajeros en minutos determinados. La escogida del entrevistado se dará a la salida de la zona de arribo internacional y la zona de embarque. Se sugiere un levantamiento sistemático para la creación de indicadores que sirvan para el proceso continuo de mejora de la atención brindada por el área de Migración.

**Procesamiento de Información:** Excel de Microsoft

**Satisfacción según indicadores por tiempo de espera en control de documentos**

**En Tráfico Hora Pico**

Figura 4. 34 Percepción del tiempo de espera en fila antes del control de documentos en migración

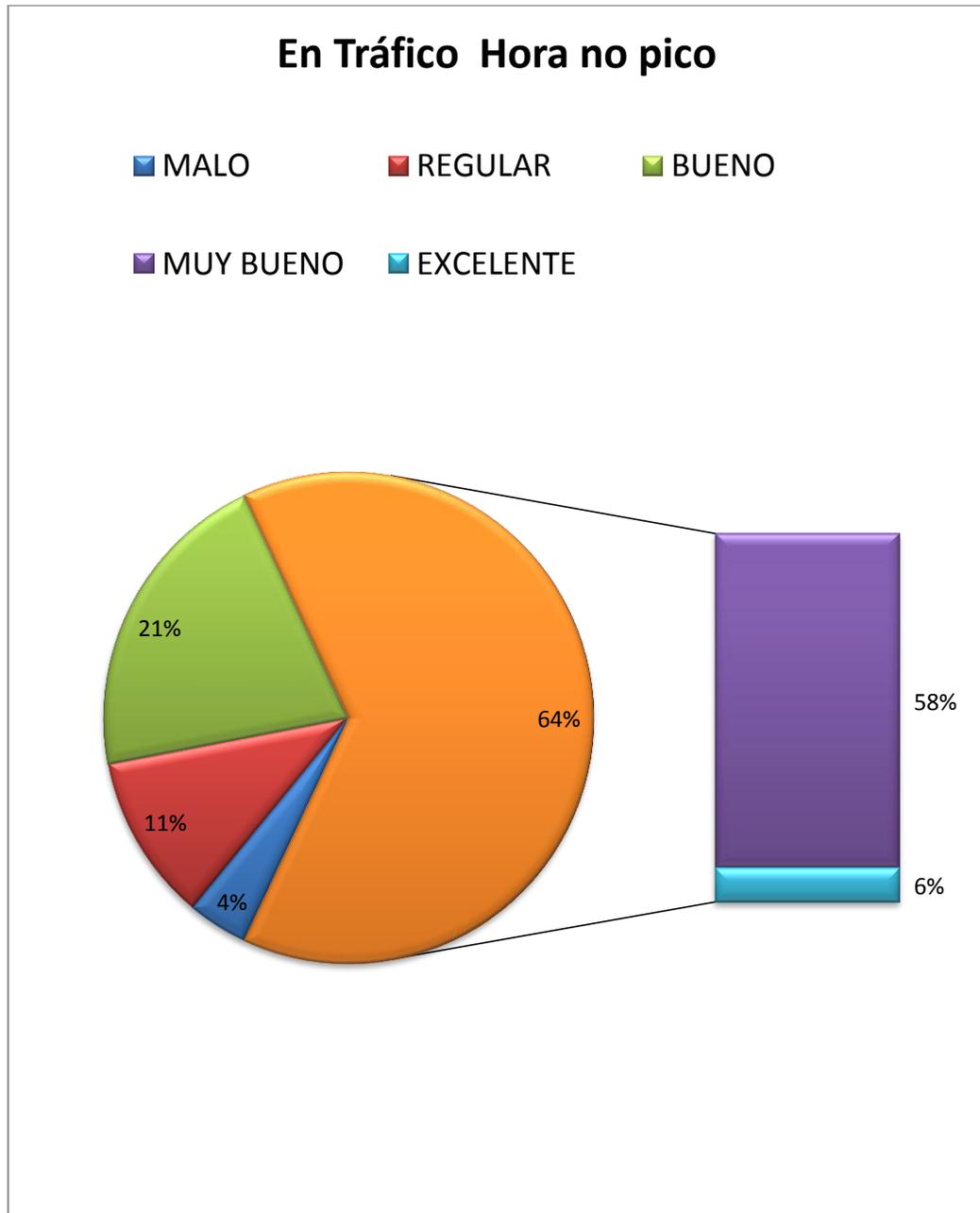


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 76% con ello se ve que hay una aceptación positiva al tiempo de la espera en horas pico.

## En Tráfico Hora no pico

Figura 4. 35 Percepción del tiempo espera en fila arribo tráfico no pico

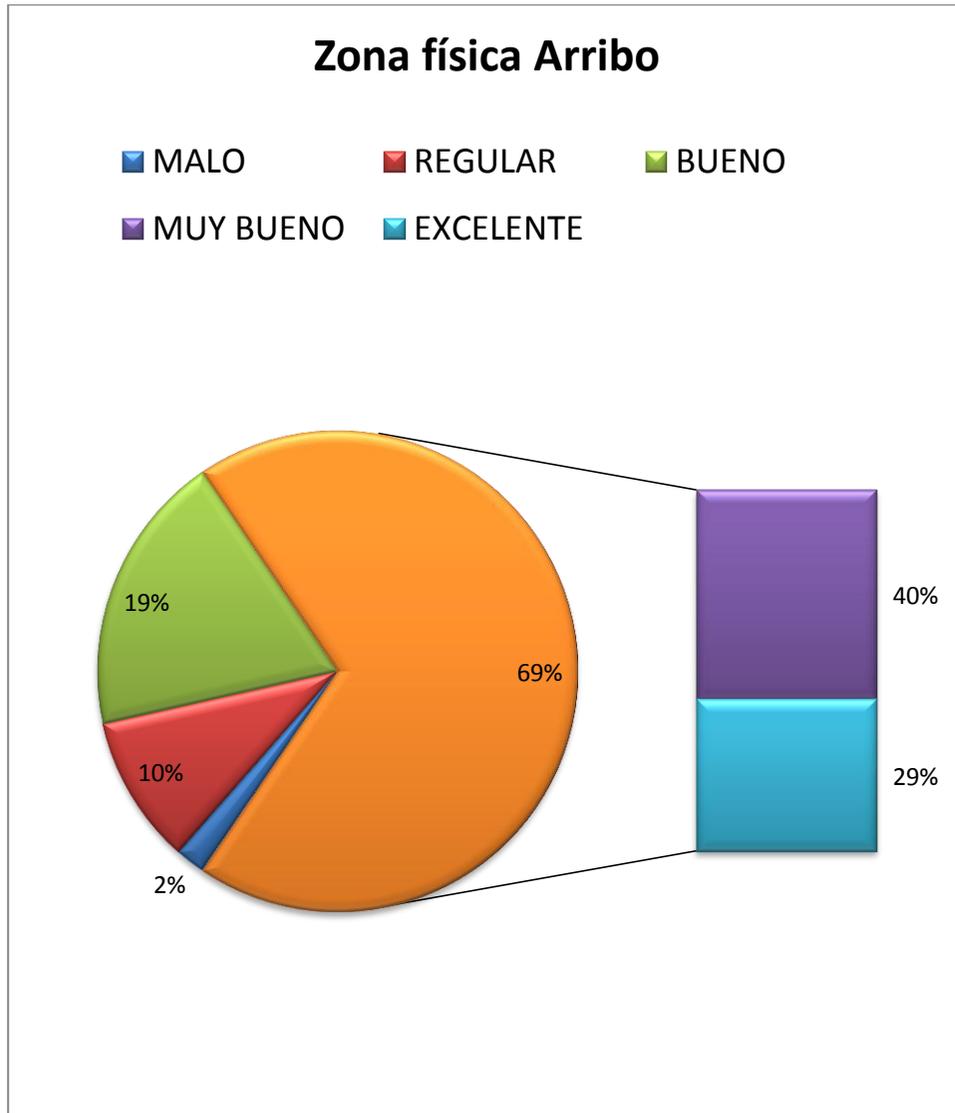


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 64%, con ello se muestra que no hay una aceptación positiva al tiempo de la espera en horas pico. Hay que recordar que el mínimo para ser positivo es 75%.

## Zona física Arribo

Figura 4. 36 Percepción del tiempo espera en zona física de arribo

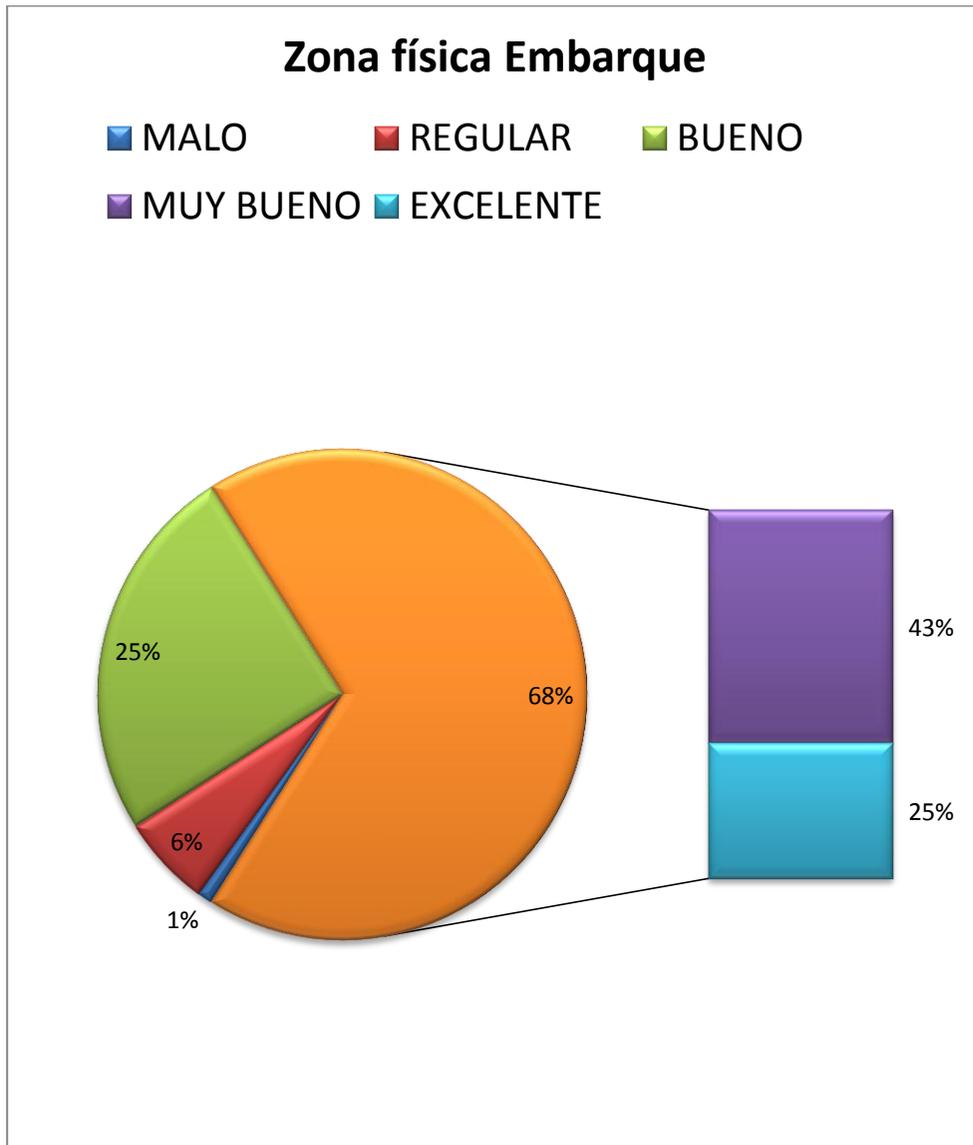


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 69%, con ello se establece que no hay una aceptación positiva al tiempo de la espera en la zona de arribo al aeropuerto. Los usuarios en su mayoría dieron una respuesta positiva, y esto se debe observar al agregar la visualización de las peores calificaciones que llegan al 12% apenas.

## Zona física Embarque

Figura 4. 37 Percepción del tiempo espera en zona física de embarque



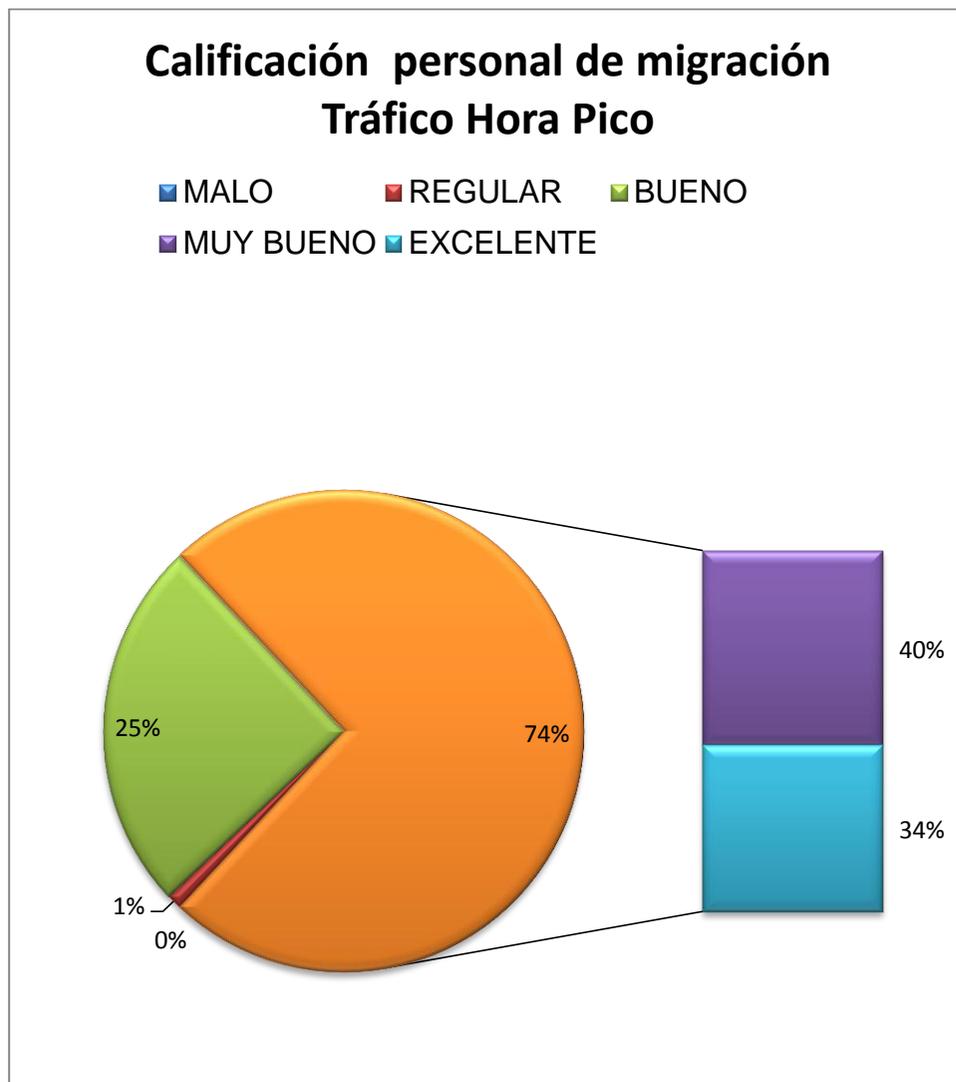
Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 68%, con ello se denota que no hay una aceptación positiva al tiempo de la espera en horas pico. Sin embargo al sumarla tercera percepción de bueno se denota que es permisiva esta evaluación, se observa también que los resultados del BTB (bottom two box) son del 7%.

**Satisfacción según indicadores por atención del personal el día de hoy**

**Calificación del personal de migración en tráfico de hora pico**

Figura 4. 38 Calificación del personal de migración en tráfico de hora pico



Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 74%, se observa que no hay una aceptación positiva a la calidad de atención del personal de migración en tráfico en horas pico. Aunque el margen es de apenas del 1% por debajo de lo establecido como aprobado y aceptado.

## Calificación del personal en Tráfico Hora no pico

Figura 4. 39 Calificación personal de migración Tráfico Hora no Pico

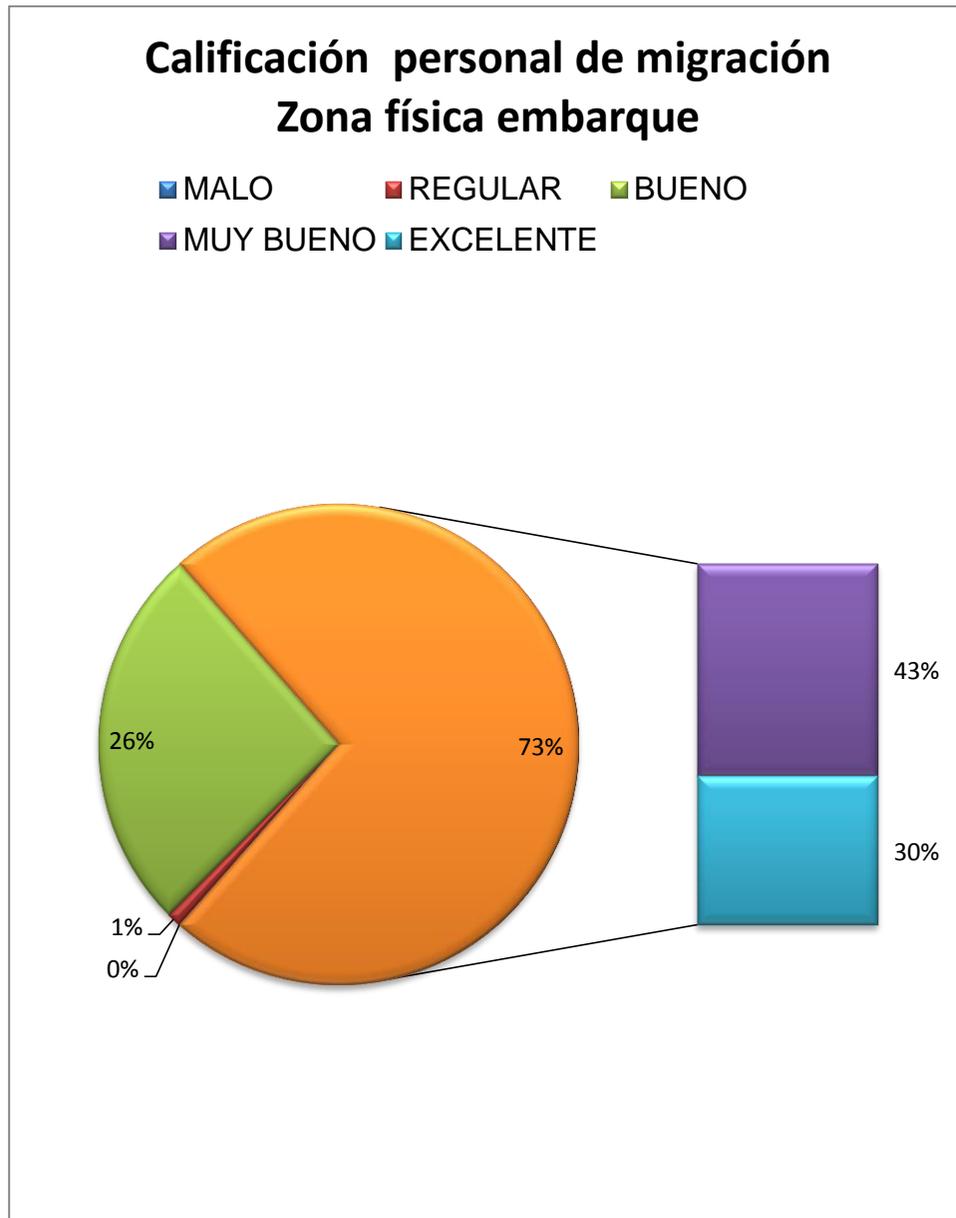


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 59% está muy por debajo del límite aceptado y permitido para ser considerado como positivo, esto refleja que en las horas no pico, se repite la misma observación hecha en la encuesta de la percepción del tiempo de espera.

## Calificación personal de migración Zona física de embarque

Figura 4. 40 Calificación personal de migración Zona física embarque

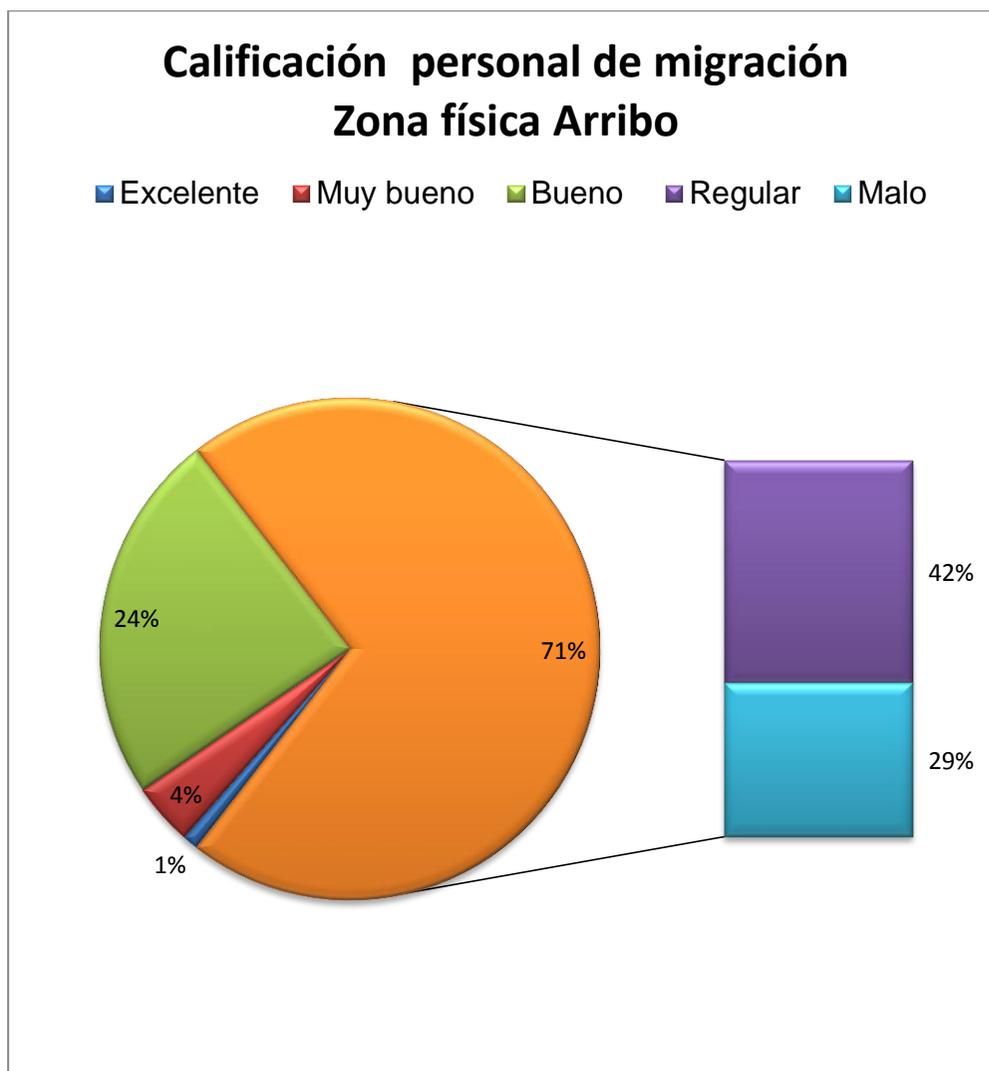


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 73% es la Calificación personal de migración Zona física embarque, ligeramente debajo de lo permitido, pero hay un 26% de calificación buena que permite dar la observancia de que esta gestión es positiva.

## Calificación personal de migración Zona física de arribo

Figura 4. 41 Calificación personal de migración Zona física Arribo



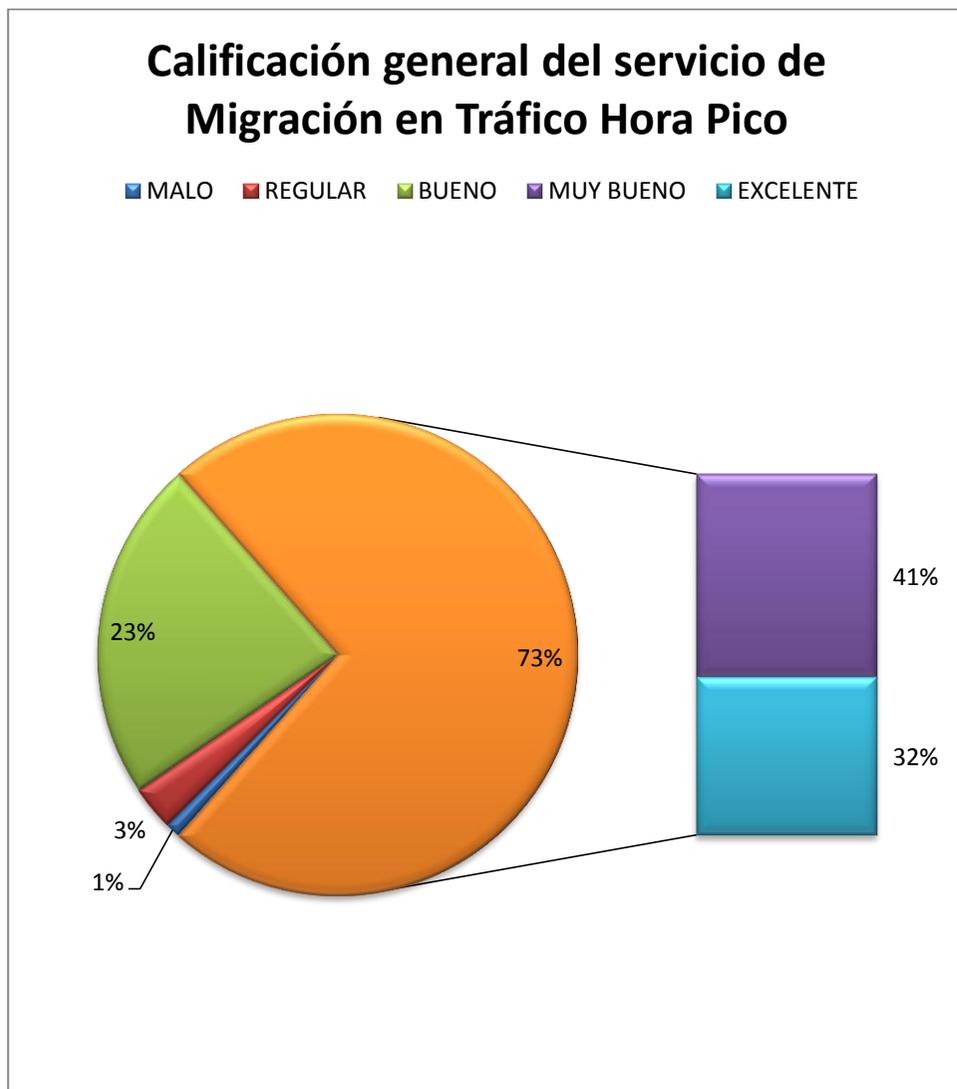
Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 73% obteniendo un resultado idéntico al anterior y de la misma manera un 24% de porcentaje bueno que define que está en una aceptación positiva en su límite más bajo. Pero otra vez se observa que una calificación de bueno, es muy alta, llega al 24%, dando un rechazo total apenas del 5%, lo que permite evaluar en su conjunto positivamente esta gestión.

**Satisfacción según indicadores por atención Calificación general del servicio de Migración**

**Calificación general del servicio de migración en tráfico hora pico**

Figura 4. 42 Calificación general del servicio de Migración en Tráfico Hora Pico

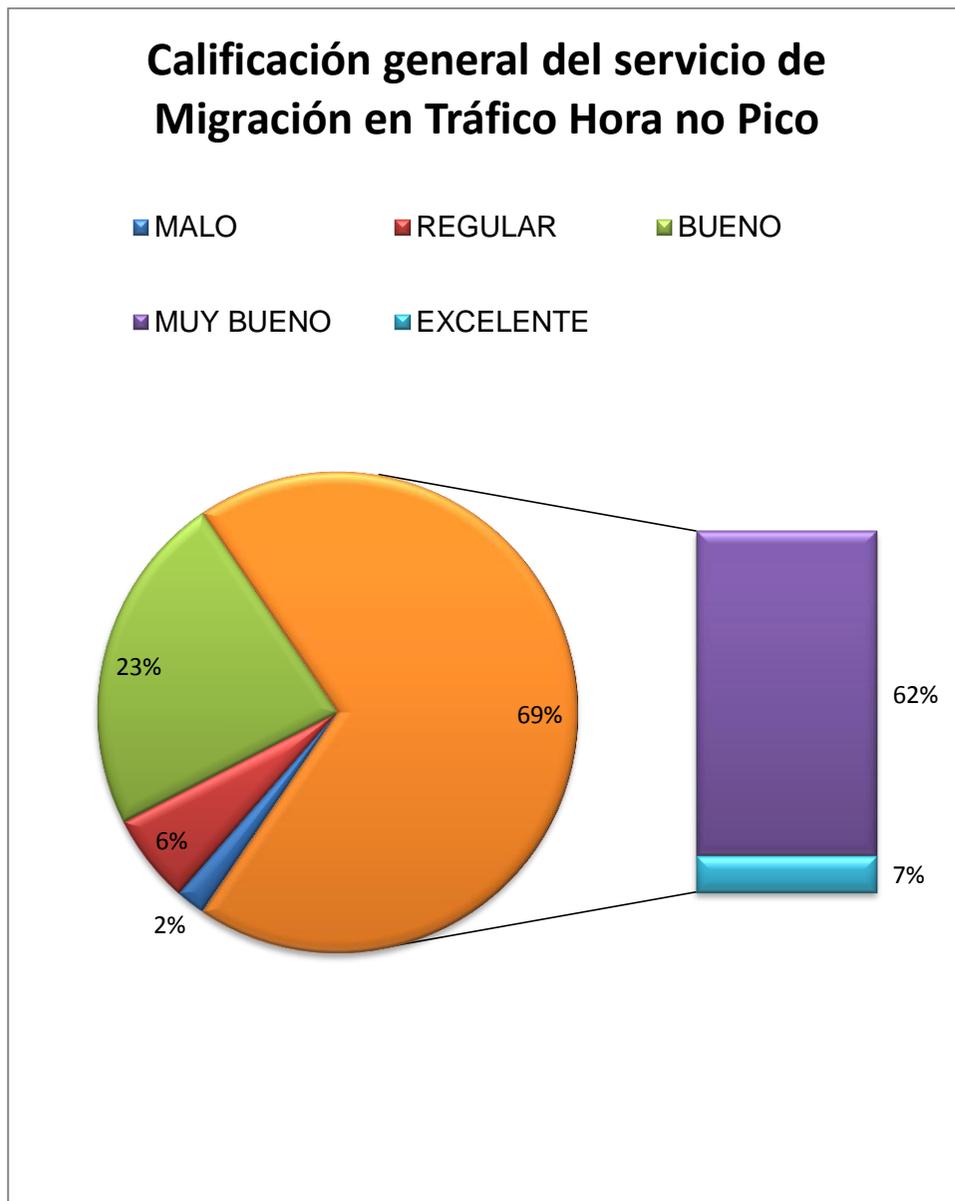


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 73% dio una tendencia positiva a la pregunta realizada, está apoyada por un 23% de calificación buena que denota que está en el margen inferior de aceptación positiva.

## Calificación general del servicio de migración en tráfico hora no pico

Figura 4. 43 Calificación general del servicio de Migración en Tráfico Hora no Pico

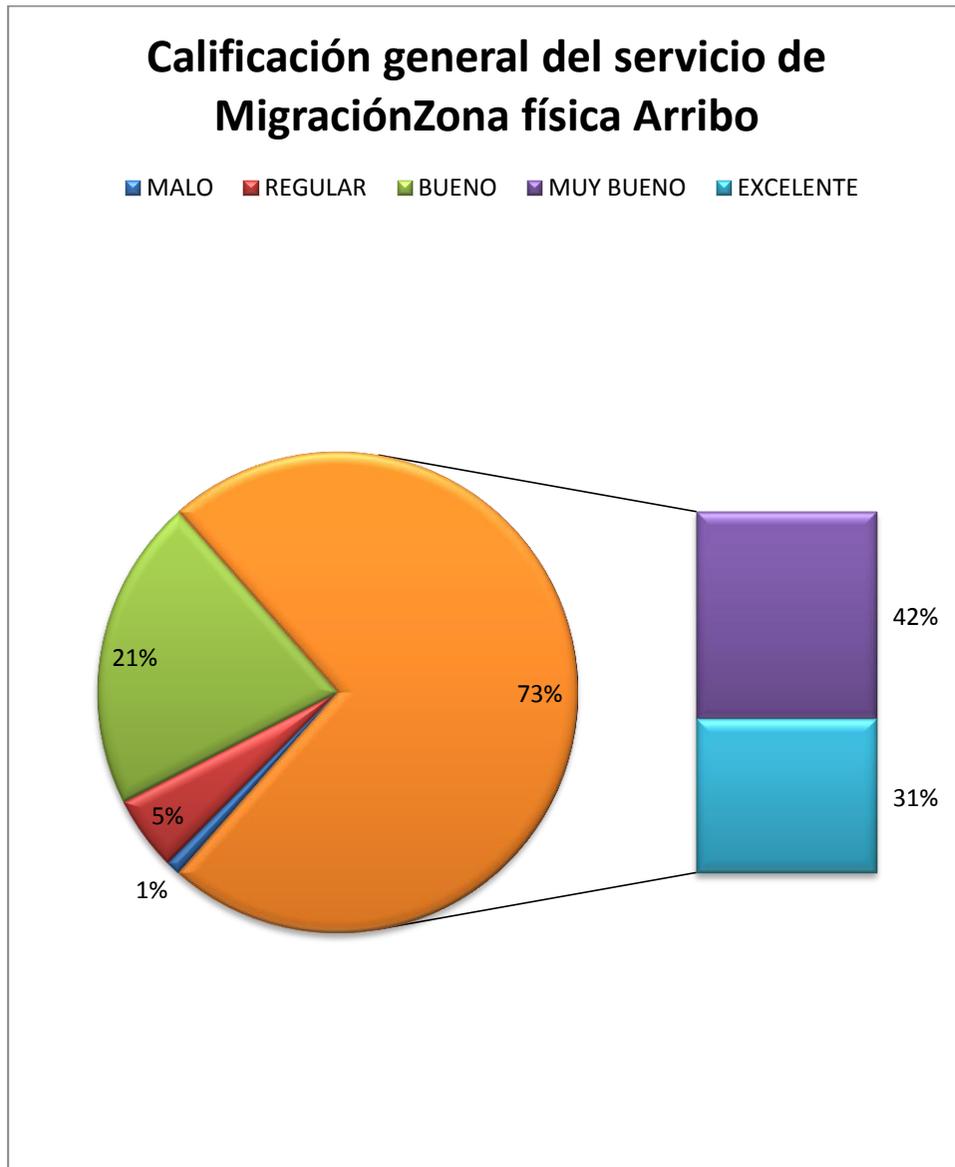


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 69% indica que está por debajo de la aceptación o nivel positivo de aceptación de la visualización general del servicio ofrecido por migración. Aunque hay que considerar el apoyo de la calificación de buena que llegó al 23%.

### Calificación general del servicio de Migración Zona física Arribo

Figura 4. 44 Calificación general del servicio de Migración Zona física Arribo

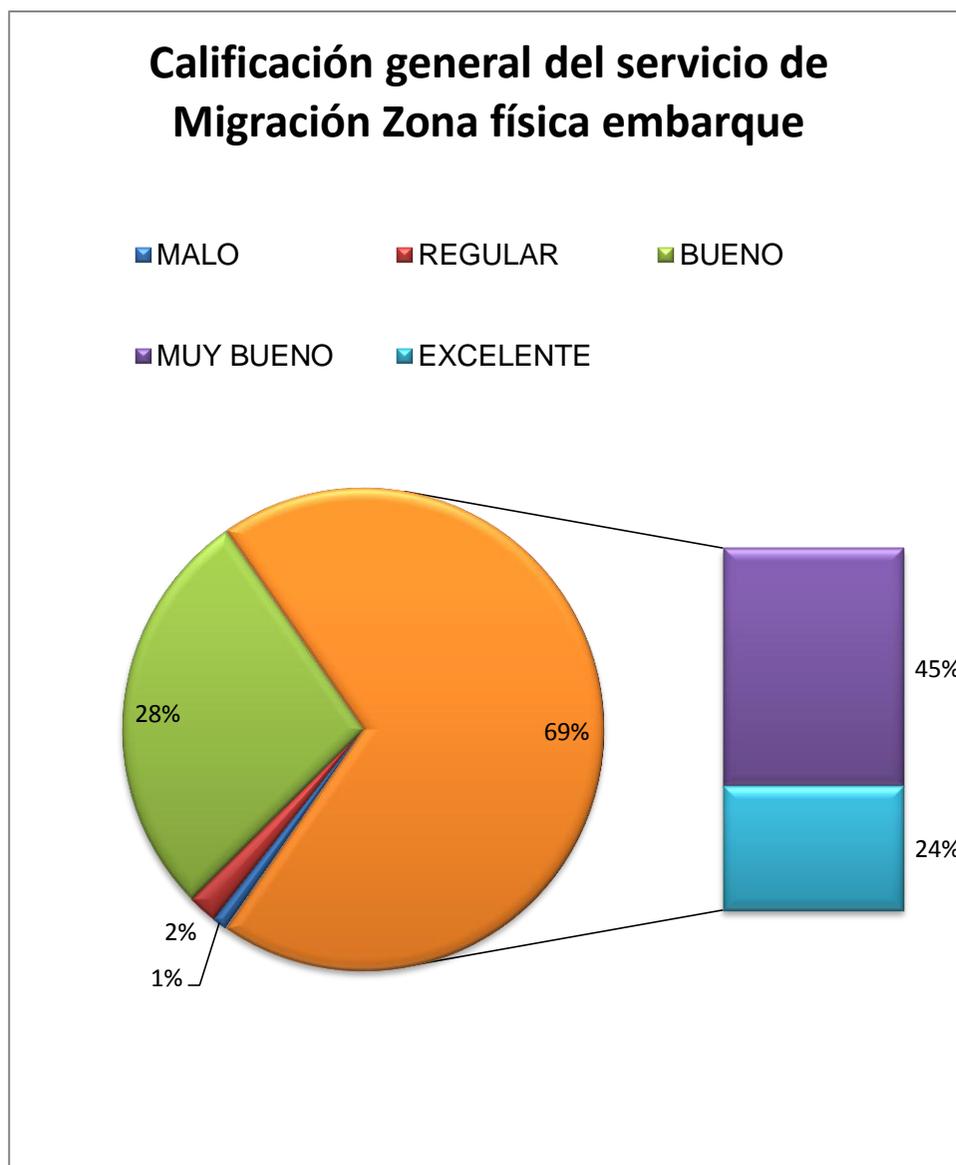


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 73% de aceptación, además de un 21% de calificación de buena, deja ver una aceptación positiva del usuario del aeropuerto.

## Calificación general del servicio de Migración Zona física embarque

Figura 4. 45 Calificación general del servicio de Migración Zona física embarque

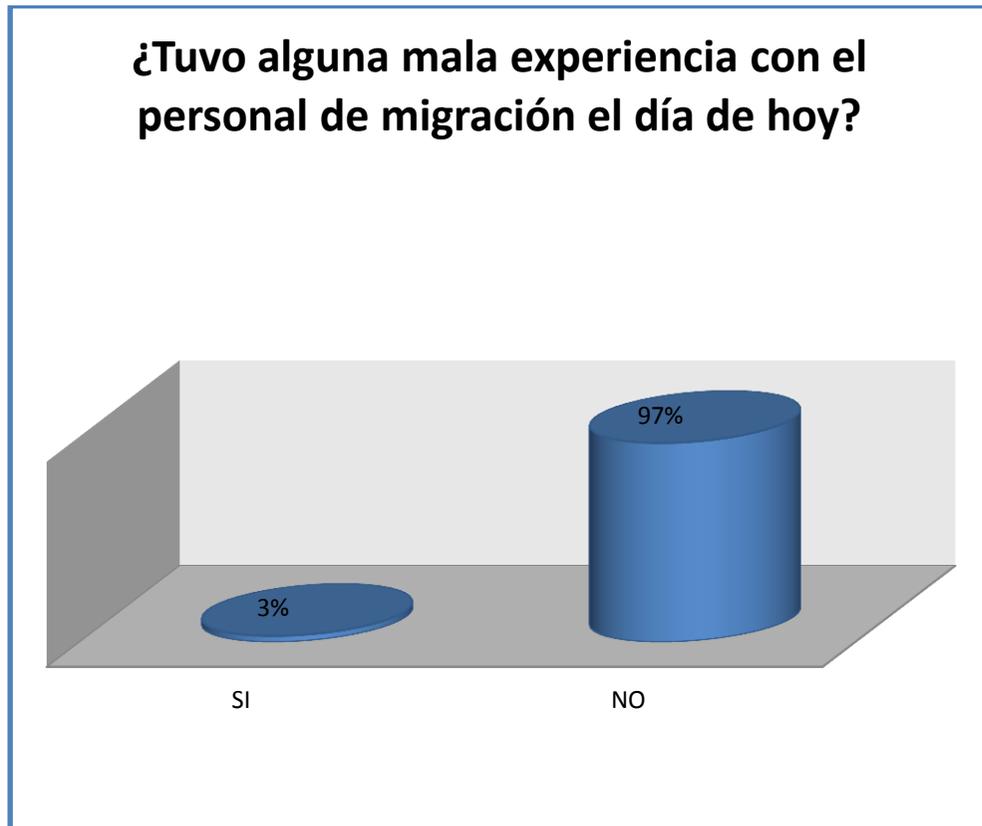


Fuente: Elaboración propia

**Resultado TTB:** 69% da un resultado por debajo de lo aceptado, pero se repite la misma serie que las demás preguntas, el resultado intermedio da un fuerte apoyo a la calificación general de la zona física de embarque.

## Mala experiencia

Figura 4. 46 ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de migración el día de hoy?



Fuente: Elaboración propia

El día que se realizaron las encuestas, el 97% de los encuestados no tuvieron ninguna mala experiencia con el personal de migración, mientras que el 3% sí la tuvo.

### 5.- Para los que comentan que sí ¿Cuál mala experiencia?

- Son lentos.
- Más organización en las filas.
- Deberían haber más policías en horas pico, se demoran mucho.
- El sistema se cae y hace que perdamos tiempo.
- No hay cordialidad a la atención de los policías.
- No saludan todos, les falta ser amables.
- No quedó registrado que ingresé al país por culpa del sistema.

## **Análisis de la Calificación del servicio de Migración**

Como se puede apreciar en los resultados, el TTB, resultó bajo tanto en el tiempo de espera de la zona de arribo o de embarque y más bajo aún en el proceso de tráfico en las horas no pico, por demás está resaltar que en las horas no pico, es cuando los usuarios no se explican la demora, ya que se aprecia poco pasajero, pero así mismo se pudo observar que se reducen la cantidad de oficiales de la policía de migración, por considerar que el tráfico es menor. Tal como se observa en las tabulaciones graficadas, se puede notar que el personal ha dado casi una positiva satisfacción a los usuarios del aeropuerto, en el tráfico no pico, se lee una marcada diferencia negativa, pero al parecer, luego de haber analizado varios pasos de esta investigación, se está presentando problemas siempre en este horario.

No se puede presumir las razones, las razones deben ser justificadas con la comunicación que exista entre los departamentos, esto sin embargo va denotando la necesidad de la propuesta planteada por la investigadora. Lo positivo de la investigación, es que la calificación de los encuestados, no es pésima, por algo es uno de los aeropuertos de mayor avanzada en Latinoamérica, sin embargo, todo esto se puede mejorar, con la simple aplicación de la propuesta establecida en este trabajo. Estas son las pautas que dejan entrever que se debe comunicar a migración que están teniendo un mal servicio en horas no pico, mucho más deficitario que en el de horas pico.

Ligeramente sobre el 75% está la atención del departamento de migración durante las horas pico de tráfico y es aceptable, pero la investigadora sugiere que está en el límite más bajo, no es que sea una gran aceptación. La calificación generalizada del servicio de migración, estuvo en el rango casi permitido por la aceptación positiva del usuario, basta con mirar la calificación del rango “bueno” para saber que aunque no cumplió el 75% de la técnica, logra sin embargo expectativas eficientes pero indiscutiblemente sin llegar a lo eficaz.

## **Evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José**

### **Joaquín de Olmedo**

**Naturaleza de la Investigación:** Cuantitativo Concluyente Transversal de naturaleza Adhoc.

**Población Objetivo:** Pasajeros de Arribos Internacionales del Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

**Técnica de Investigación Sugerida:** Cuantitativa: A través de un Estudio Cuantitativo Transversal a través encuestas “CARA A CARA EN EL SITIO” probabilística aleatoria y sistemática.

**Instrumento de Recopilación de Datos:** Cuestionario Cuantitativo Estructurado de aplicación “CARA A CARA”. Los instrumentos de recolección de datos fueron aprobados previamente por la tutora del presente trabajo.

**Técnica de Muestreo Sugerido:** Se trabajó con 95% de nivel de confianza y 5% de error máximo permitido en la investigación, lo que resultó en un tamaño de muestra de 384 (redondeadas a 400) entrevistas efectivas. Para el cálculo de la muestra se trabajó con la máxima variabilidad de los datos ( $p=q=0,5$ ). En una primera etapa se realizó a través de selección aleatoria probabilística para la primera raíz de etapa sistemática, repartiendo la distribución de la muestra por número de pasajeros en minutos determinados. La elección del entrevistado se dará a la salida de la zona de arribo internacional y la zona de embarque. Se sugiere un levantamiento sistemático para la creación de indicadores que sirvan para el proceso continuo de mejora de la atención brindada por el área de Migración.

**Procesamiento de Información:** Excel de Microsoft

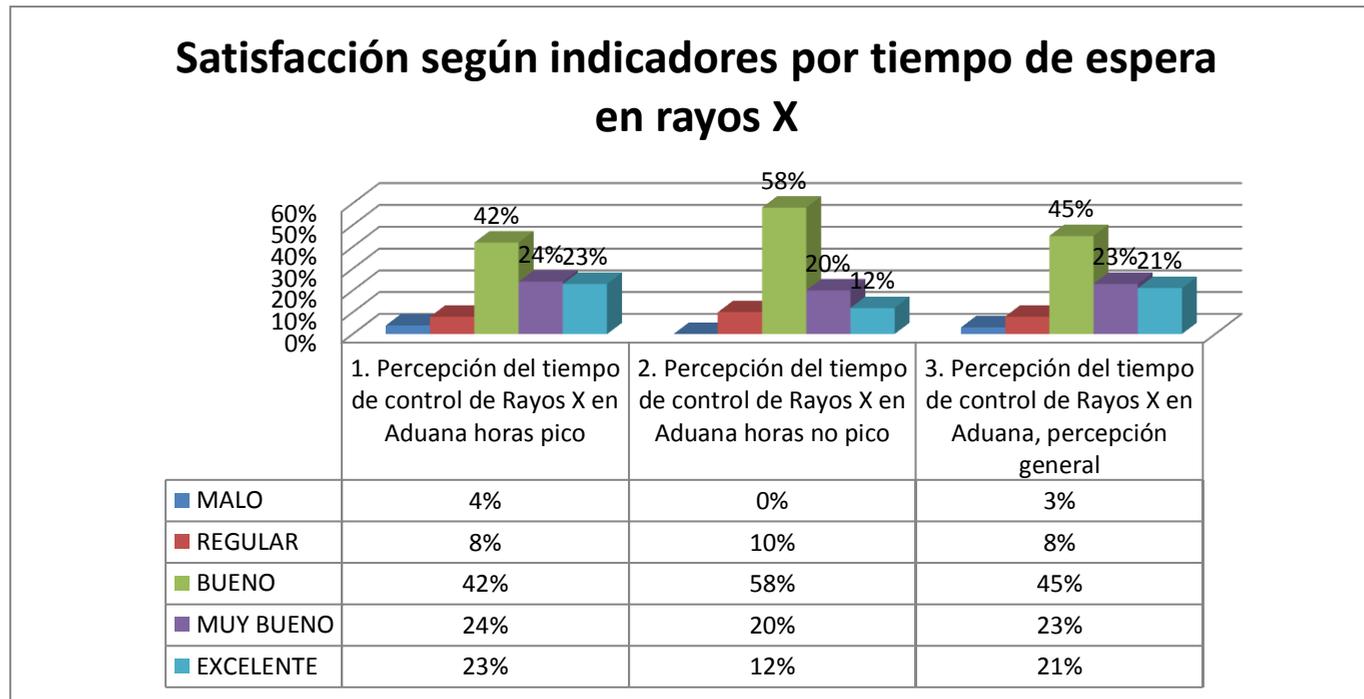
Tabla 4. 2 TTB Preguntas 1 a la 9 de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

Preguntas a la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo	TWO TOP BOX
1. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana horas pico	47%
2. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana horas no pico	32%
3. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana, percepción general	44%
4. Calificación de la atención el día de hoy horas pico	44%
5. Calificación de la atención el día de hoy horas no pico	35%
6. Calificación de la atención el día de hoy percepción general	43%
7. Calificación en general del Servicio de Aduana Horas pico	46%
8. Calificación en general del Servicio de Aduana horas no pico	32%
9. Calificación en general del Servicio de Aduana, percepción general	44%

Fuente: Elaboración propia

**Satisfacción según indicadores por tiempo de espera en rayos X**

Figura 4. 47 (preguntas 1 a la 3) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

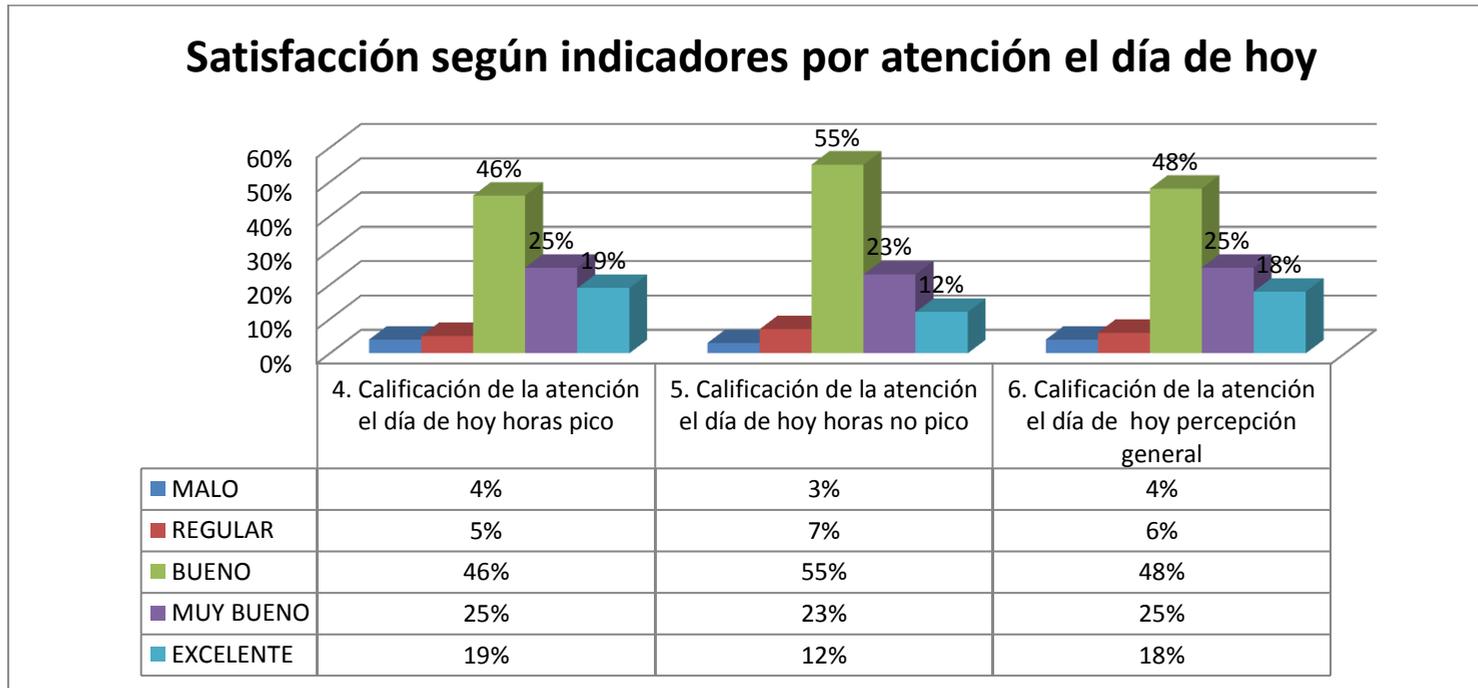


Fuente: Elaboración propia

La satisfacción en los indicadores por tiempo de espera en rayos X para la mayoría de encuestados fue buena.

**Satisfacción según indicadores por atención el día de hoy**

Figura 4. 48 (preguntas 4 a la 6) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

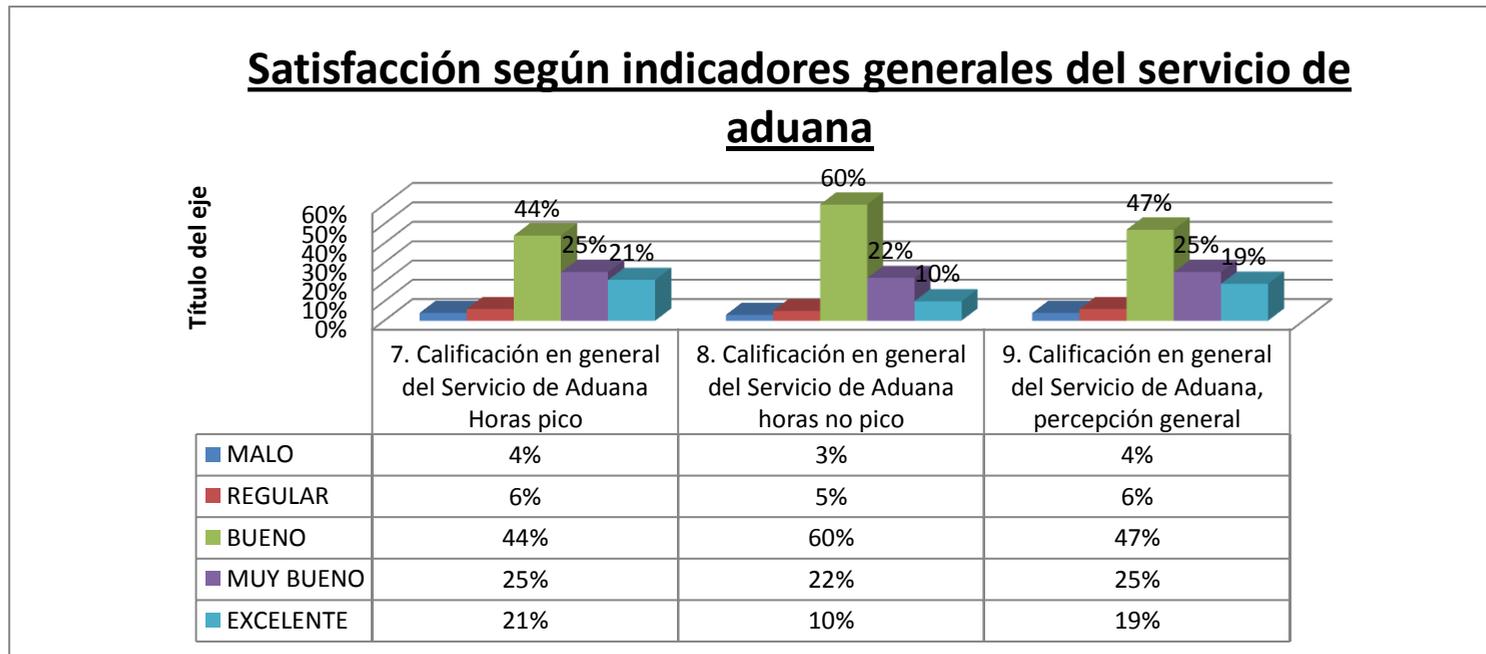


Fuente: Elaboración propia

Para la mayoría de encuestados la satisfacción de indicadores de atención el día que se realizaron las encuestas, se puede decir de manera general que fue buena.

**Satisfacción según indicadores generales del servicio de aduana**

Figura 4. 49 (preguntas 7 a la 9) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

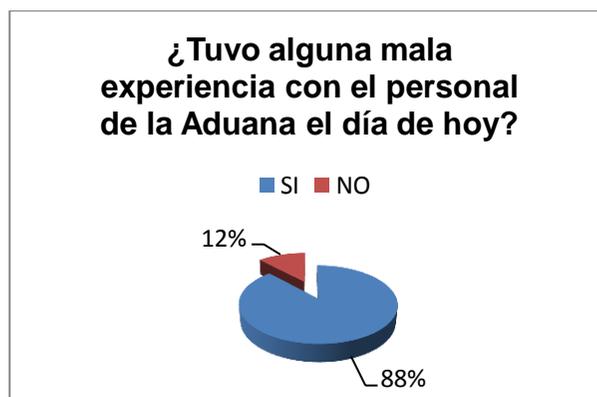


Fuente: Elaboración propia

En cuanto a indicadores del servicio de aduana, en horas pico, no pico y la percepción general para la mayor parte de los encuestados fue buena.

## 10.- ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de la aduana el día de hoy?

Figura 4. 50 ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de la Aduana el día de hoy?



Fuente: Elaboración propia

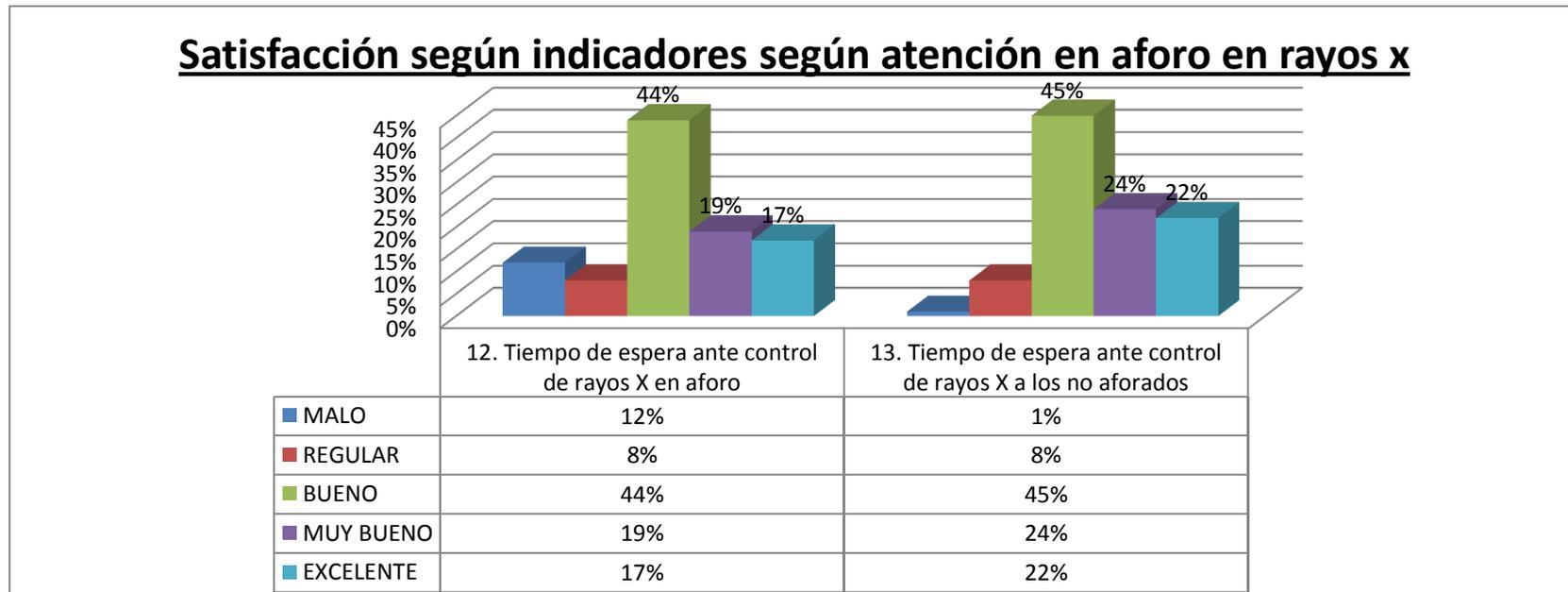
Provechosamente un 88% de los encuestados no tienen una mala percepción de haber pasado un mal rato con la aduana, sin embargo, hay que buscar valores positivos más altos. Hay que determinar, porque ese 12% determinó haber pasado una mala experiencia en la aduana, para ello se hizo la pregunta 11 donde se buscaba las opiniones de los usuarios para ser el análisis más cualitativo y poder reflejar a las autoridades lo que los usuarios piensan.

## 11.- ¿Para los que comentan que si cual fue su mala experiencia?

- Deben ser más atentos con las personas de edad y ayudar a acomodar las maletas.
- Deben ser más ágiles a la hora de aforar.
- El trato descortés, deben ser más educados los caballeros.
- La atención en aforo es pésima.
- No contestan el saludo, les falta mejorar la educación.
- Más personal que ayude con las maletas.
- Más rapidez en los rayos X.
- El aforo hace demorar 3 horas, está muy demorado el servicio.
- El aforo tengo que pagar por algo que en otro aeropuerto me dijeron que no.
- Que hablen inglés.
- Las personas de aforo tienen una actitud quemeeimportista.
- Los costos son elevados por cosas de uso personal.

**Satisfacción según indicadores según atención en aforo en rayos x**

Figura 4. 51 (preguntas 12 y 13) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

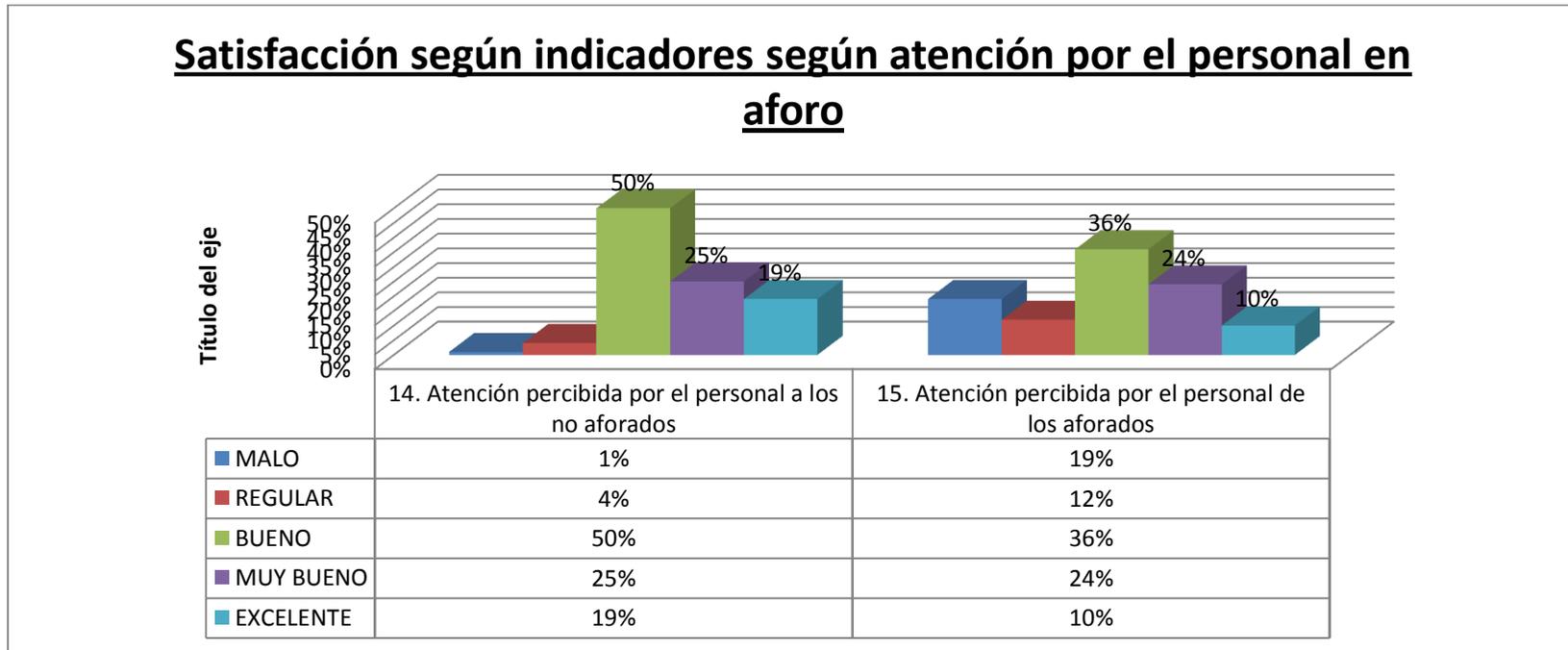


Fuente: Elaboración propia

De manera general se puede decir que en cuanto a los indicadores de atención en aforo en rayos X, la mayoría de encuestados dijeron que fue buena dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.

**Satisfacción según indicadores según atención por el personal en aforo**

Figura 4. 52 (preguntas 14 y 15) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

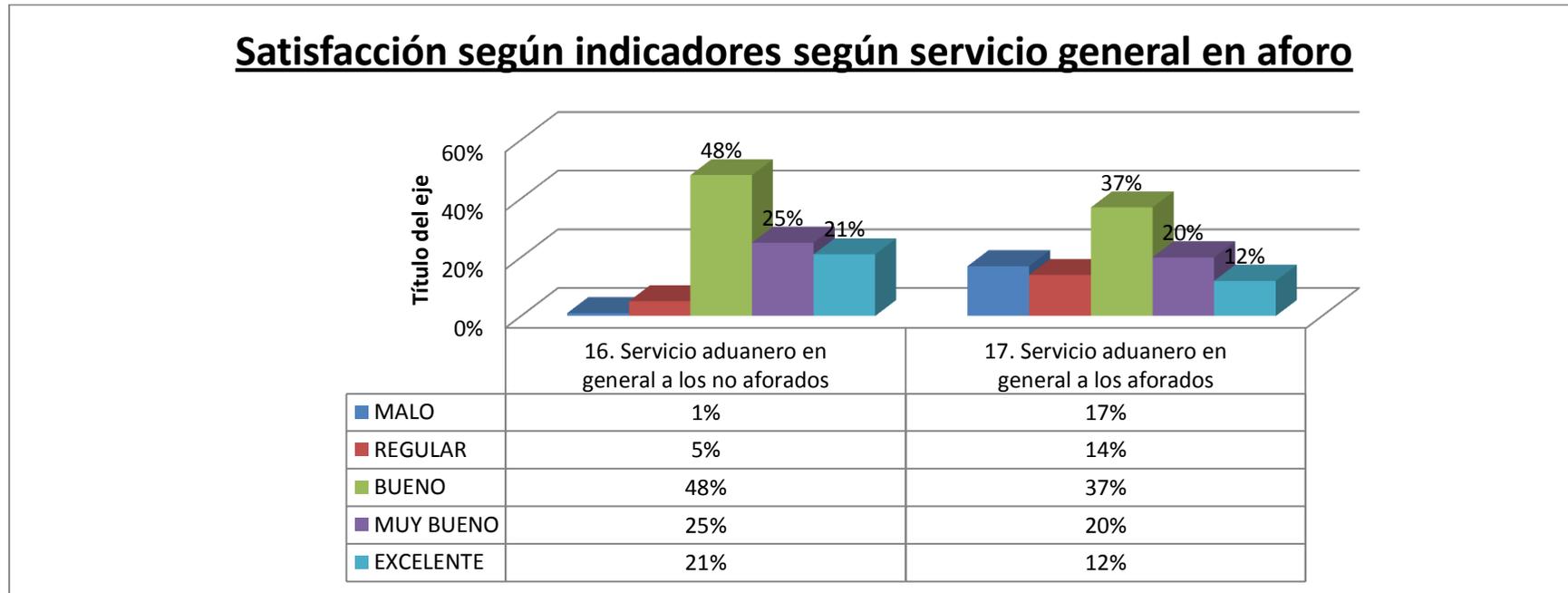


Fuente: Elaboración propia

A lo que se refiere la satisfacción según la atención del personal en aforo, la mayor parte de los encuestados dijo que fue buena.

**Satisfacción según indicadores según servicio general recibido en aforo**

Figura 4. 53 (preguntas 14 y 15) de la evaluación de los servicios de la CAE dentro del aeropuerto José Joaquín de Olmedo

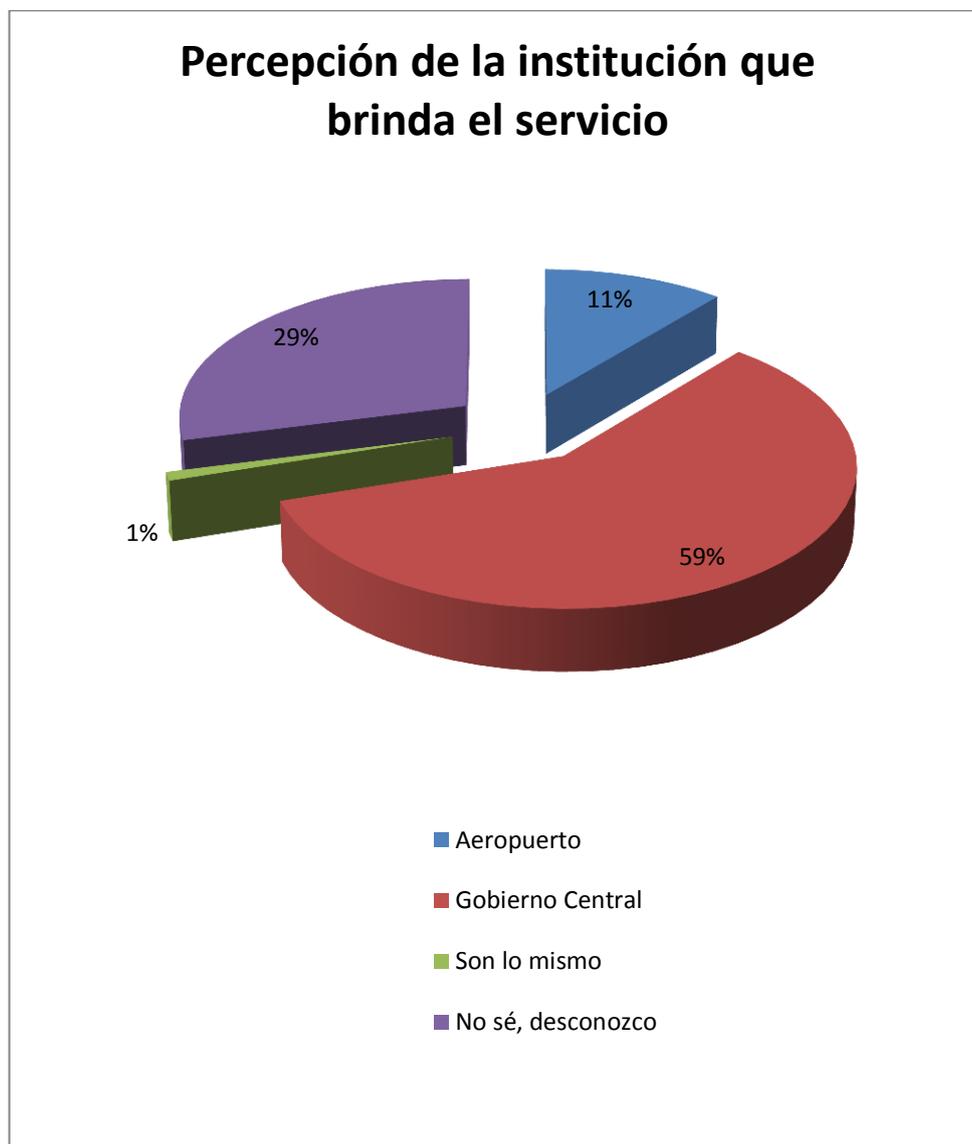


Fuente: Elaboración propia

Para la mayor parte de los encuestados el servicio general en aforo fue bueno.

## Percepción de la institución que brinda el servicio

Figura 4. 54 ¿El servicio aduanero es prestado por?



Fuente: Elaboración propia

En esta gráfica se demuestra la confusión que existe en el usuario del aeropuerto en cuanto quién dirige las operaciones y funcionalidad del mismo, es importante que las autoridades del aeropuerto difundan correctamente la información.

## **Análisis de la Calificación de los servicios de la CAE**

Se observa una baja percepción y calificación a la CAE en respecto a el parámetro utilizado TTB, ninguno llega al 50% y esto refleja un nivel de insatisfacción por parte de los usuarios.

Hay sin embargo una calificación de “buena”, que es similar al parámetro TTB, esto denota una acción más mediocre que beneficiosa, sin embargo, se rescata el saber que no es deficiente el servicio ofrecido, pero que tiene mucho que mejorar.

Lo observado en los gráficos anteriores, corrobora lo que se analizó en la tabla 5 del TTB, se nota ampliamente que los índices más bajo BTB son muy insignificantes, aunque no se los puede dejar de lado en el momento de pensar en la excelencia de la calidad que el Aeropuerto persigue.

En estos análisis se puede comprar las percepciones y calificaciones hechas en los horarios pico y no pico, y en cuanto al servicio de rayos x, obtuvo un menor índice de satisfacción en las horas no pico, que son de poca afluencia y debería de ser más eficiente el personal.

## **CAPÍTULO V**

### **CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

#### **Conclusiones**

- Se pudo conocer lo percibido por los usuarios del aeropuerto José Joaquín de Olmedo.
- Se logró determinar las necesidades adyacentes al aeropuerto.
- Se cuantificó la satisfacción recibida por los usuarios del aeropuerto.
- Se identificaron los problemas que se dan dentro del aeropuerto.
- Se pudo recoger sugerencias de los usuarios.
- Se determinó la saturación del aeropuerto en horas pico y no pico.

#### **Recomendaciones**

- Brindar la mejor atención en las diferentes áreas del aeropuerto, mediante el trabajo responsable y organizado de los intervinientes.
- Satisfacer las necesidades adyacentes que existen por parte de las personas que visitan normalmente el aeropuerto, mediante el desarrollo de servicios adicionales.
- Estar siempre al tanto del nivel de satisfacción que hay por parte de las personas que hacen uso del aeropuerto, ya que de esta

manera se podrán corregir errores o a la vez perfeccionar el servicio.

- Tomar en cuenta los problemas que existen dentro del aeropuerto, y plantear estrategias para poder solucionarlos.
- Considerar las sugerencias de los usuarios y empezar a idear planes que ayuden a mantener el servicio, cambiarlo o perfeccionarlo.

## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA**

#### **Desarrollo de la propuesta**

A pesar que el desarrollo del trabajo es netamente investigativo, se plantea una propuesta como posible solución a los problemas encontrados. El único objetivo del desarrollo de este trabajo es poder lograr la mejor satisfacción de las personas que hacen uso de los servicios del aeropuerto, por lo que se plantean las siguientes estrategias:

- Brindar la mejor atención en las diferentes áreas del aeropuerto, mediante el trabajo responsable y organizado de los intervinientes

Las diferentes empresas que han establecido actividad comercial en el aeropuerto deben de capacitar a su personal, asegurando que brinden un buen servicio al cliente. Estas empresas pueden acceder a las capacitaciones que brinda la Cámara de Comercio de Guayaquil, ya que al estar afiliadas, pueden acceder a este servicio de manera gratuita o a su vez disponer de costos preferenciales.

Los temas a tratar dentro del programa de capacitación son:

- Taller de actitud
- Preparación para el cambio
- Taller de servicio al cliente
- Cómo aumentar las ventas a través del servicio al cliente

- Satisfacer las necesidades adyacentes que existen por parte de las personas que visitan normalmente el aeropuerto, mediante el desarrollo de servicios adicionales.

Ver la oportunidad de incrementar la actividad comercial en el aeropuerto, estableciendo locales sugeridos por las personas que hacen uso de los diferentes servicios del aeropuerto, dentro de los cuales se puede incluir:

- Locales de comida.
- Bancos, entre otros locales.
  
- Estar siempre al tanto del nivel de satisfacción que hay por parte de las personas que hacen uso del aeropuerto, ya que de esta manera se podrán corregir errores o a la vez perfeccionar el servicio.

Los locales deben de tener buzón de sugerencias, con la finalidad de receptar las opiniones de los clientes y mejorar alguna actividad que no ha permitido la satisfacción total de los mismos.

- Tomar en cuenta los problemas que existen dentro del aeropuerto, y plantear estrategias para poder solucionarlos.
  
- Considerar las sugerencias de los usuarios y empezar a idear planes que ayuden a mantener el servicio, cambiarlo o perfeccionarlo.

## BIBLIOGRAFÍA

- Bernal, C. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Pearson.
- El Universo. (23 de Febrero de 2012). Premios para aeropuerto guayaquileño. *Guayaquil*, pág. 24.
- Ferré, J., & Ferré, J. (1997). *Los estudios de mercado. Cómo hacer un estudio de mercado de forma práctica*. Madrid: Díaz de Santos.
- Ferrer, G. G. (2005). *Investigación comercial*. Madrid: Universidad Rey Juan Carlos.
- Festinger, L., & Katz, D. (1992). *Los métodos de investigación en las ciencias sociales*. Barcelona: Paidós.
- Gates, R. (2005). *Investigación de Mercados*. Madrid: Cengage Learning Editores.
- González, S. (2002). *La Educación para la Salud Del Siglo XXI: Comunicación y Salud*. Madrid: Díaz de Santos.
- Grande, I. (2009). *Fundamentos y técnicas de investigación comercial*. Madrid: Esic.
- Guasch, L. (2004). *Concesiones en infraestructura*. Barcelona: Antonio Bosch.
- Kaplan, R., & Norton, D. (1996). *El cuadro de mando integral*. Barcelona: Gestión 2000.
- Robbins, S. (2004). Comportamiento Organizacional. En S. Robbins, *Comportamiento Organizacional* (págs. 571-579). México: Pearson.

- Sánchez, A. (1 de enero de 2008). *La Aviación y los aeropuertos en Guayaquil*. Guayaquil: Grafinpren S.A.
- Schiffman, L. (2005). *Comportamiento del consumidor*. México: Pearson.
- Trespalacios, J., Bello, L., & Vázquez, R. (2005). *Investigación de mercados: Métodos de recogida y análisis de la información para la toma de decisiones en marketing*. Madrid: Paraninfo.
- Tschohl, J., & Franzmeier, S. (1991). *Alcanzando la excelencia mediante el servicio al cliente*. Madrid: Díaz de Santos.
- Urbano, C., & Yuni, J. (2006). *Recursos metodológicos para la preparación de proyectos de investigación/ Methodological resources for the preparation of research projects*. Córdoba: Brujas.

## ANEXOS

### ENCUESTAS REALIZADAS EN EL AEROPUERTO DE GUAYAQUIL

**Objetivo:** Conocer el nivel de satisfacción de los usuarios del aeropuerto José Joaquín de Olmedo de Guayaquil.

#### ENCUESTA: Evaluación General del Aeropuerto

Su nacionalidad es:	
Ecuatoriano (a)	Extranjero (a)

#### TIPO

#### EQUIPAJE:

Maletas:	Mano	Portaequipaje	Total
ARRIBO			
Promedio			
EMBARQUE			
Promedio			

Generalidades de la investigación						
<b>1. Su edad oscila entre los rangos de: (tomado de 50% de los encuestados hombre y 50% mujeres)</b>						
16 a 21	22 a 25	26 a 34	35 a 44	45 a 54	55 a 64	65 o +
<b>2. Su frecuencia de viaje anual es (veces al año):</b>						
1 a 2	3 a 5	6 a 10	10 o +			
<b>3. Su principal razón de viajes es:</b>						
Negocios	Placer	Otros				

4. Su país habitual de residencia es:

5. Y su ciudad habitual de residencia es:

### Restaurantes

#### 1. Variedad de comidas en restaurantes

Muy variada	Variada	Indiferente	Algo de variedad	No hay variedad

#### 2.- Para los que comentan que no hay variedad sugiera

Almuerzos	Comidas típicas	Comida vegetariana	Comida rápida

Ceviche	Gourmet	Desayunos	Platos a la carta

#### 3.- Calidad de comida en restaurantes

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo

#### 4.- Relación calidad / precio en restaurantes

Muy caro	Caro	Regular	Barato

#### 5.- Limpieza en restaurante

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo

#### 6.- Atención al cliente en restaurantes

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Muy malo

7.- ¿Ha tenido alguna mala experiencia dentro de las instalaciones de comida del aeropuerto?

SI
NO

8.- Para los que comentan que si ¿Cual mala experiencia?

### Locales del Aeropuerto

#### 1. Variedad de locales

Muy variada	Variada	Indiferente	Algo de variedad	No hay variedad

#### 2.- Para los que comentan que no hay variedad sugiera

Artesanía      Ropa      artículos  
 deportivos      electrónica      local de  
 farmacias      variedades

#### 3. El servicio al cliente de los locales es:

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo

#### 4. Relación calidad / precio de los locales

Muy caro	Caro	Regular	Barato

### Zonas de espera

#### 1. Comodidad en zonas de espera

Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

### Señalética dentro del aeropuerto

#### 1. Guía de letreros dentro del aeropuerto

Muy bueno	Bueno	Regular	Malo	Pésimo
-----------	-------	---------	------	--------

## 2. Cantidad de señalética

Muy de acuerdo	De acuerdo	Indiferente	En desacuerdo	Muy en desacuerdo

## 3. En qué parte del aeropuerto faltaba señalética

MIGRACIÓN PARA SABER COMO LLEGAR A SALA DE ESPERA	
NO SABEMOS DONDE ESTÁN LOS BAÑOS	
COMO LLEGAR A SALA DE ESPERA VUELOS NACIONALES E INTERNACIONALES	
EN PASILLOS PANTALLAS QUE INDIQUEN VUELOS	
EN COUNTER MAS DETALLADA LA PANTALLA DE INFORMACIÓN	
EN LA PARTE DE ABAJO DEL AEROPUERTO	
EN LA ENTRADA SALIENDO SEGURIDAD	

## 4. Ha tenido que solicitar ayuda para guiarse

Si
No

## 5.- Para los que comentan que si ¿Cómo califica la atención brindada en los locales?

PÉSIMO	MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO
--------	------	---------	-------	-----------

### Internet / WiFi

#### 1.- Frecuencia de uso de Internet/WiFi

Una vez al año máximo	1 a 3 veces al año	De 4 a 10 veces al año	Más de 10 veces al año	Nunca lo utilizo

### 3. En qué lugar hace falta Internet / WiFi sugiera

#### Percepción de seguridad

##### 1.- Amabilidad de personas de seguridad

Pésimo	Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

##### 2.- Profesionalismo del personal de seguridad

Malo	Regular	Bueno	Muy bueno

##### 3.- Trabajo de inspección riguroso

Sí, definitivamente	Si	Regular, a veces sí, a veces no	No tanto	Para nada	No recuerdo

##### 4.- Tipo de asistencia que le gustaría recibir mientras espera en fila en migración y seguridad

---

#### Medios de transporte

##### 1.- Medios de transporte que utiliza para llegar al aeropuerto



**3.b.- Satisfacción general con el servicio recibido en el aeropuerto (Guayaquil)**

Muy insatisfecho	Algo insatisfecho	Me es indiferente	Algo satisfecho	Muy satisfecho

## EVALUACIÓN DE SERVICIOS DE LA CAE

Voy a hacerle unas preguntas en cuanto al proceso de aduana:

	M A L O	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
<b>1. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana horas pico</b>					
<b>2. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana horas no pico</b>					
<b>3. Percepción del tiempo de control de Rayos X en Aduana, percepción general</b>					

	M A L O	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE
<b>4. Calificación de la atención el día de hoy horas pico</b>					
<b>5. Calificación de la atención el día de hoy horas no pico</b>					
<b>6. Calificación de la atención el día de hoy percepción general</b>					
<b>7. Calificación en general del Servicio de Aduana Horas pico</b>					
<b>8. Calificación en general del Servicio de Aduana horas no pico</b>					
<b>9. Calificación en general del Servicio de Aduana, percepción general</b>					

---

**10. ¿Tuvo alguna mala experiencia con el personal de la Aduana el día de hoy?**

SI	
NO	

**11. ¿Para los que comentan que si cual fue su mala experiencia?**

---

**12. Tiempo de espera ante control de rayos X en aforo**

**13. Tiempo de espera ante control de rayos X a los no aforados**

**14. Atención percibida por el personal a los no aforados**

**15. Atención percibida por el personal de los aforados**

**16. Servicio aduanero en general a los no aforados**

**17. Servicio aduanero en general a los aforados**

	M A L O	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

	M A L O	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

	M A L O	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

**Percepción de la institución que brinda el servicio**

19. ¿El servicio aduanero es prestado por?

Aeropuerto	
Gobierno Central	
Son lo mismo	
No sé, desconozco	

**EVALUACIÓN DE SERVICIOS DE MIGRACIÓN**

Rápidamente pasemos a la última parte, en cuanto al servicio de Migración:

<b>En Tráfico Hora Pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>En Tráfico Hora no pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>Zona física Arribo</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>Zona física Embarque</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>En Tráfico Hora Pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>En Tráfico Hora no pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>Zona física Arribo</b>				
Excelente	Muy bueno	Bueno	Regular	Malo

<b>Zona física Embarque</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>En Tráfico Hora Pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>En Tráfico Hora no pico</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>Zona física Arribo</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

<b>Zona física Embarque</b>				
MALO	REGULAR	BUENO	MUY BUENO	EXCELENTE

**5. Para los que comentan que si ¿Cuál mala experiencia?**

---

---

## FOTOS DE LAS ENCUESTAS REALIZADAS

