

INFORME DE RESULTADOS ENCUESTA PARA EVALUAR EL SERVICIO DEL TRANSPORTE AÉREO EN CHILE

Junta de Aeronáutica Civil

Marzo 2010

INDICE

2

1

Características del Estudio

2

Resultados del Estudio

2.1

Descripción del Viaje

2.2

Proceso de Compra de los Pasajes

2.3

Proceso de Check In y Embarque

2.4

Evaluación del Sistema de Transporte Aéreo en Chile

2.5

Lealtad del Pasajero al Sistema de Transporte Aéreo en Chile

2.6

Derechos y Obligaciones de los Pasajeros

3

Conclusiones del Estudio y Recomendaciones

RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO

3

Antecedentes

La Junta de Aeronáutica Civil ha solicitado a Collect GfK un estudio con el objetivo de determinar la percepción del pasajero respecto del mercado aéreo doméstico e internacional. JAC estaba interesada en conocer la opinión de los pasajeros y usuarios del sistema de transporte aéreo de Chile respecto al nivel de oferta que existe en nuestro país, nivel de precios, transparencia, puntualidad de vuelos, seguridad, calidad del servicio, tiempo de viaje, etc. Además se buscaba conocer de cierta manera qué elementos considera el usuario al momento de elegir una u otra aerolínea para viajar.

Metodología del Estudio

Por este motivo Collect GfK desarrolló una metodología para poder evaluar estos aspectos de interés para JAC. Esta metodología constó de un estudio cuantitativo, presencial, con encuestas cara a cara en el Aeropuerto Internacional de Santiago de Chile. Se entrevistó a 2340 pasajeros, 1020 correspondientes a pasajeros de vuelos nacionales y 1320 correspondiente a pasajeros de vuelos internacionales. Se diseñaron cuotas para ciertos destinos nacionales e internacionales en diferentes líneas aéreas.



RESUMEN EJECUTIVO DEL ESTUDIO

4

Principales Resultados del Estudio

Entre los principales resultados del estudio destaca el perfil de los usuarios entrevistados, así como conocer su perfil de compra de pasajes en vuelos nacionales e internacionales, el grado de influencia que tienen ciertos atributos como ser pasajero frecuente de una línea aérea para elegir viajar con ella o la influencia de otros atributos en la compra de un pasaje.

Además el estudio permite conocer los niveles de satisfacción de los pasajeros del Sistema de Transporte Aéreo tanto con el servicio del mismo, como con diversas instancias de contacto que tienen desde la hora de decidir realizar un viaje hasta estar a punto de concretar el (viaje) mismo. Además de conocer la Lealtad de los pasajeros con el Sistema de Transporte Aéreo de Chile.

**1**

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

OBJETIVO DEL ESTUDIO

6



Realizar un diagnostico que permita evaluar la Calidad de Servicio percibida por los pasajeros del mercado aéreo en Chile, doméstico e internacional, identificando los aspectos relevantes que son perceptibles por los usuarios y la evaluación que éstos realizan en relación a ellos.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

7

- ✓ Elaborar un instrumento de recolección de información (cuestionario semiestructurado tipo encuesta) que permita describir la percepción de los usuarios acerca de la calidad y satisfacción con el servicio ofrecido y brindado.
- ✓ Aplicación del instrumento de medición (encuesta) a una muestra representativa de usuarios.
- ✓ Recolección y tabulación de la información obtenida con el instrumento de medición.
- ✓ Establecer las dificultades y problemas que enfrentan los usuarios, así como sus necesidades y requerimientos.
- ✓ Realizar análisis diferenciados por los distintos tópicos que se van a medir.
- ✓ Proponer alternativas que permitirían mejorar los problemas detectados, a partir de la información recogida a partir de las encuestas y análisis realizados.

CARACTERÍSTICAS DEL ESTUDIO

8

METODOLOGÍA

1

Metodología

CUANTITATIVA, DISEÑO MUESTRAL DE CUOTAS:
Selección de entrevistados en punto que viajen hacia los destinos definidos.

2

Técnica

ENCUESTA PRESENCIAL, EN PUNTO aplicada entre el 4 y 19 de Febrero de 2010.

3

Universo

Pasajeros del Aeropuerto Santiago, de 18 años o más, que hayan efectuado la compra de un pasaje en Chile, ya sea para viajar dentro del país como fuera del país y que estén realizando su viaje en alguno de los tramos aéreos a evaluar (embarcando).

4

Muestra

2340 casos, distribuidos según rutas nacionales e internacionales en diferentes líneas aéreas. Esta muestra posee un error de $\pm 2\%$

5

Ponderación

Según flujo de pasajeros, que embarcan, en las líneas aéreas involucradas en las rutas definidas para este estudio.

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Distribución original (propuesta)

	Lan	Airfrance	Taca	Copa	Iberia	American	Delta	Aircanada	Avianca	GOL	AA	Pluna	Tam	Tam Laereas	Aerome xico	Total
Montevideo	55											55				110
Madrid	55				55											110
Miami	55					55										110
Bogota	55								55							110
Sao Paulo	74									73			73			220
Paris		55														55
Lima	55		55													110
Panamá				55												55
Atlanta							55									55
Toronto								55								55
Buenos Aires	55										55					110
Asunción														55		55
C. México	55														55	110
Caracas	55															55
Total	514	55	55	55	55	55	55	55	55	73	55	55	73	55	55	1320

	Lan	Sky	Principal	Total
La Serena	70			70
Iquique	55	50	50	155
Calama	55	50	50	155
Antofagasta	50	55	55	160
Concepcion	60	60		120
Puerto Montt	60	60		120
Punta Arenas	60	60		120
Temuco	60	60		120
Total	470	395	155	1020

DISTRIBUCIÓN DE LA MUESTRA

Distribución final (real)

	Lan	Airfrance	Taca	Copa	Iberia	American	Delta	Aircanada	Avianca	GOL	AA	Pluna	Tam	Tam Laereas	Aerome xico	Total
Montevideo	57											73				130
Madrid	55				55											110
Miami	55					56										111
Bogota	55								55							110
Sao Paulo	61									74			73			208
Paris		66														66
Lima	75		55													130
Panamá				58												58
Atlanta							56									56
Toronto								55								55
Buenos Aires	75										55					130
Asunción														8		8
C. México	71														55	126
Caracas	1															1
Río de Janeiro	21															21
Total	526	66	55	58	55	56	56	55	55	74	55	73	73	8	55	1320

La muestra lograda tuvo diferencias con la muestra propuesta debido a inconvenientes en las rutas y en los filtros para lograr ubicar a los pasajeros idóneos para el Estudio. Todas las situaciones se detallan en Informe de Avance N°2.

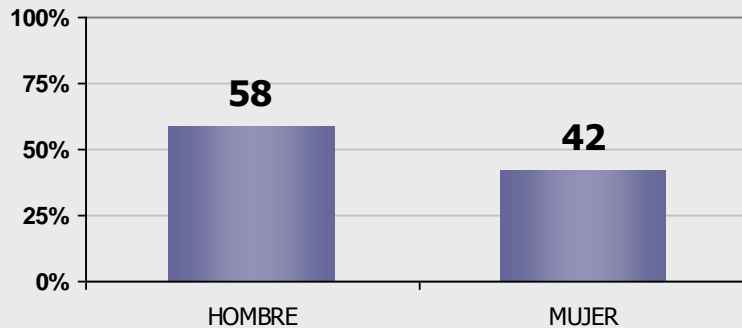
	Lan	Sky	Principal	Total
La Serena	70			70
Iquique	55	50	50	155
Calama	55	55	50	160
Antofagasta	50	50	55	155
Concepcion	60	60		120
Puerto montt	60	60		120
Punta arenas	60	60		120
Temuco	60	60		120
	470	395	155	1020

PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL ENTREVISTADO

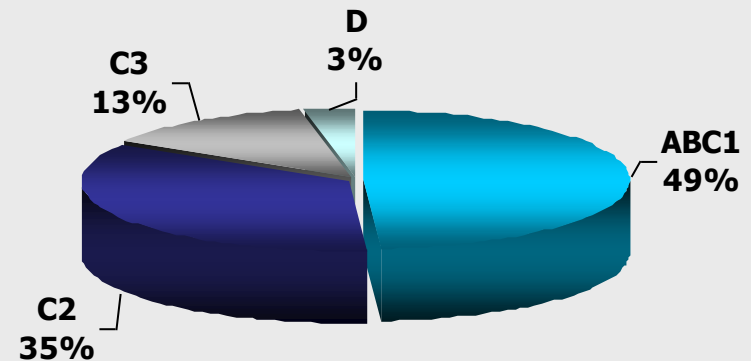
Datos Ponderados

11

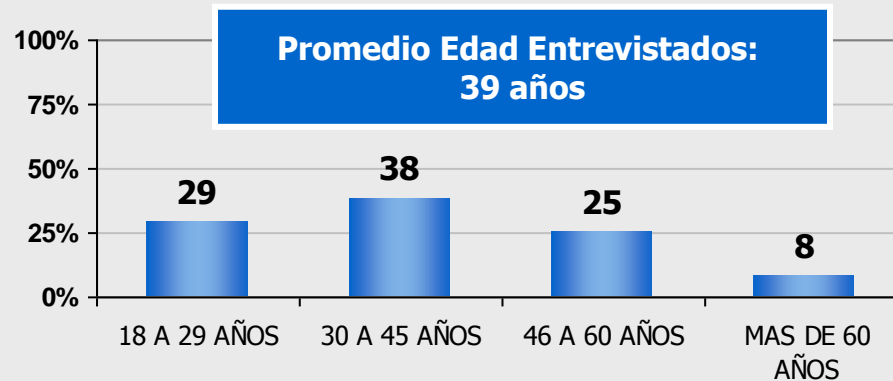
GENERO



GSE



EDAD





2

RESULTADOS DEL ESTUDIO

Los resultados presentados corresponden a datos recolectados en Febrero 2010, previamente al terremoto de Chile del 27 de Febrero del 2010.

Seguramente el terremoto influyó en la imagen del Sistema de Transporte Aéreo de Chile, lo que no se alcanzó a reflejar en estos resultados.

En nuestra opinión, esta medición refleja la situación normal del Transporte Aéreo en Chile, y sugerimos considerarla como una “medición cero” a la cual se debe aspirar, en el caso de realizar mediciones posteriores.



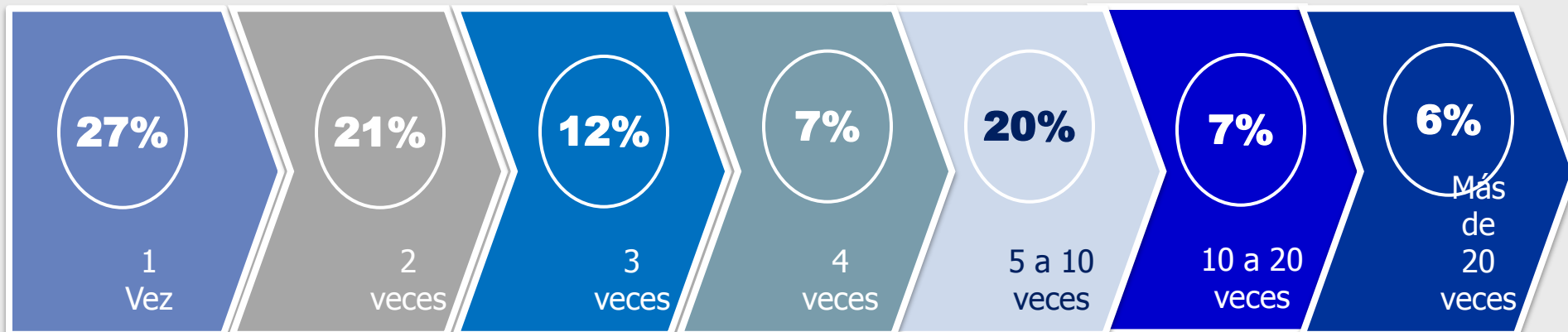
2.1

DESCRIPCIÓN DEL VIAJE

CANTIDAD DE VIAJES EN EL AÑO

15

Pensando en el último año, ¿Cuántas veces usted ha viajado en avión desde este Aeropuerto hacia otra ciudad de Chile o fuera de Chile, incluyendo este viaje?



Un 60% de los entrevistados ha viajado entre 1 y 3 veces en el último año. Un 40% de los entrevistados ha viajado más de 4 veces en el último año

CANTIDAD DE VIAJES EN EL AÑO

Cruce según variables sociodemográficas

16

	TOTAL	EDAD				SEXO		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60 AÑOS	HOMBRE	MUJER	ABC1	C2	C3	D/E
1 VEZ	27%	36%	21%	23%	31%	21%	34%	22%	31%	30%	49%
2 VECES	21%	24%	19%	20%	23%	17%	27%	23%	19%	19%	24%
3 VECES	12%	12%	12%	12%	8%	10%	14%	13%	13%	8%	6%
4 VECES	7%	8%	8%	6%	6%	1%	8%	8%	6%	8%	1%
5 A 10 VECES	20%	13%	22%	25%	23%	26%	13%	20%	21%	22%	12%
10 A 20 VECES	7%	4%	9%	7%	7%	9%	3%	7%	6%	7%	3%
MÁS DE 20 VECES	6%	2%	9%	7%	1%	9%	1%	7%	5%	6%	5%
> BASE:	2340	678	882	593	187	1348	992	1171	827	280	62

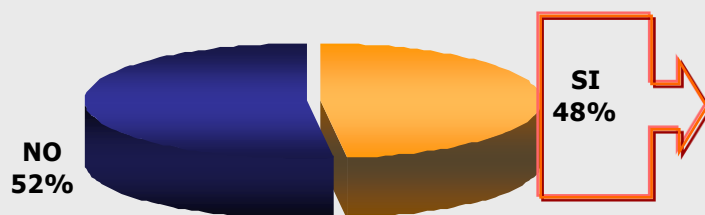
Se destacan las diferencias significativas

PASAJEROS FRECUENTES

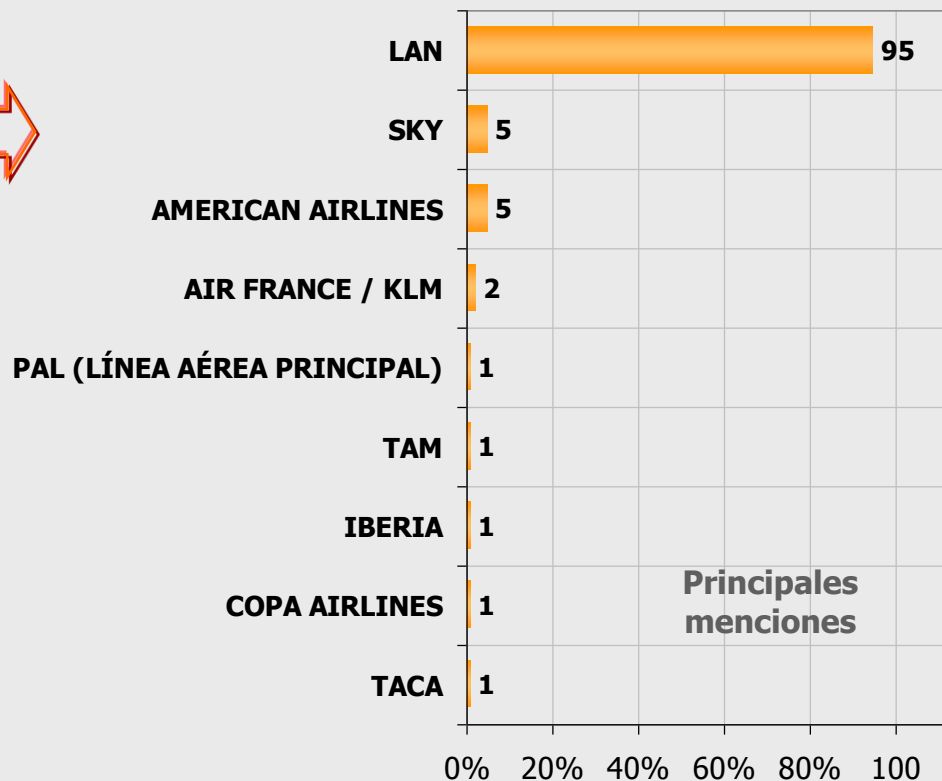
(Base: Quienes son pasajeros frecuentes, 927 casos)

17

¿Usted es pasajero frecuente en alguna línea aérea? (B:2340 casos)



¿De qué línea es pasajero frecuente? (B:927 casos que son pasajero frecuente)



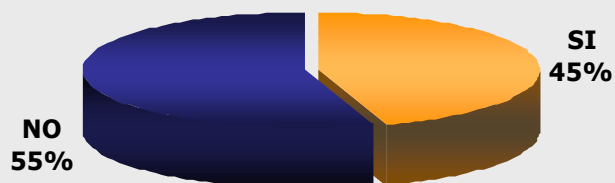
PASAJEROS FRECUENTES

(Base: Total de entrevistados, 2340 casos) – Cruce según tipo de vuelo (nacional o internacional)

18

¿Usted es pasajero frecuente en alguna línea aérea? (B:2340 casos)

NACIONAL
(B: 1020 pasajeros)



INTERNACIONAL
(B:1320 pasajeros)

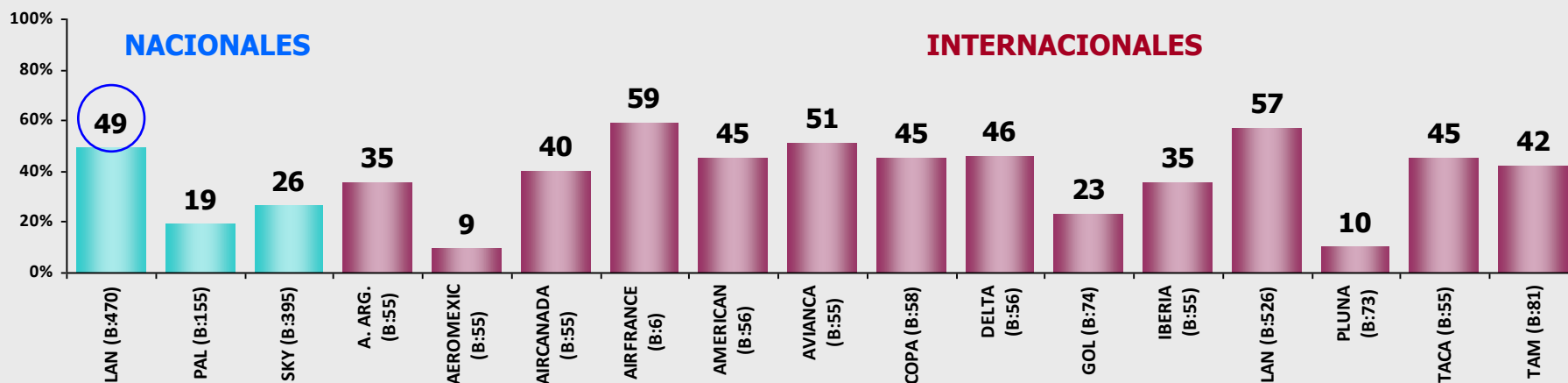
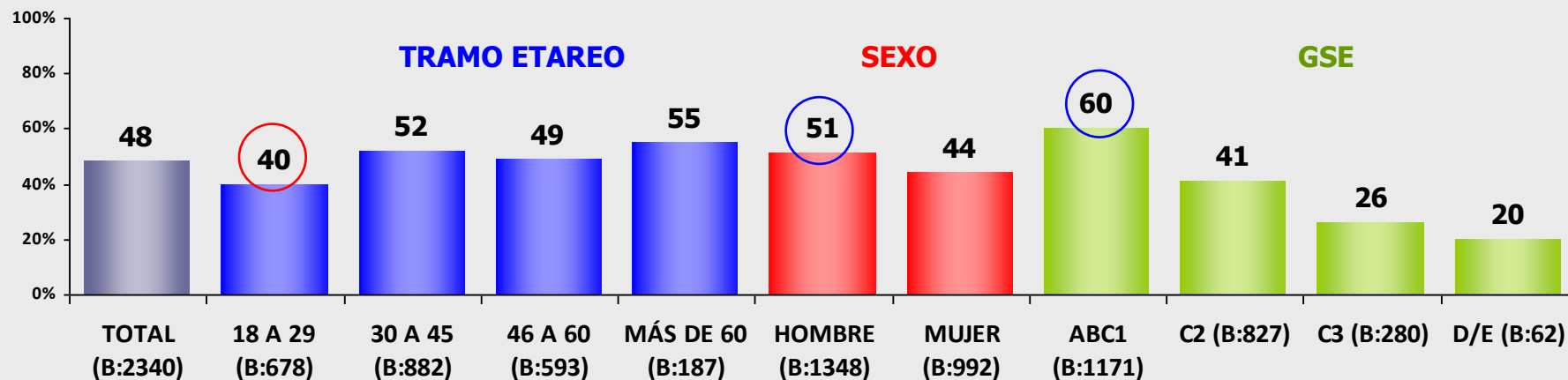


PASAJEROS FRECUENTE

Cruce según variables sociodemográficas.

¿Usted es pasajero frecuente en alguna línea aérea? % Sí

19

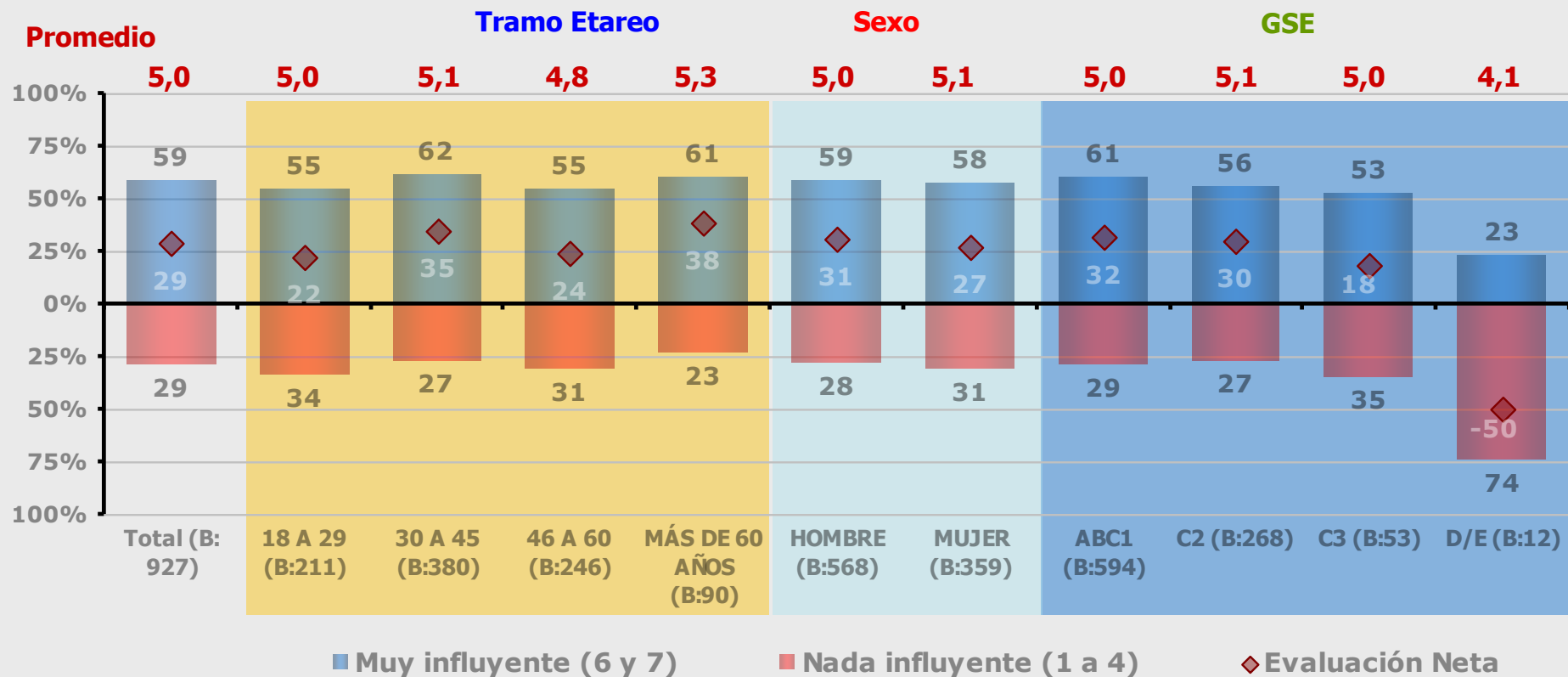


No se aplicó prueba de diferencia significativa en LINEAS INTERNACIONALES por tratarse de bases muy pequeñas

PASAJEROS FRECUENTE

20

¿Qué tan influyente diría Ud. que fue su calidad de pasajero frecuente de esa(s) línea aérea en su decisión al momento de comprar su pasaje? (B:927 que son pasajeros frecuentes)

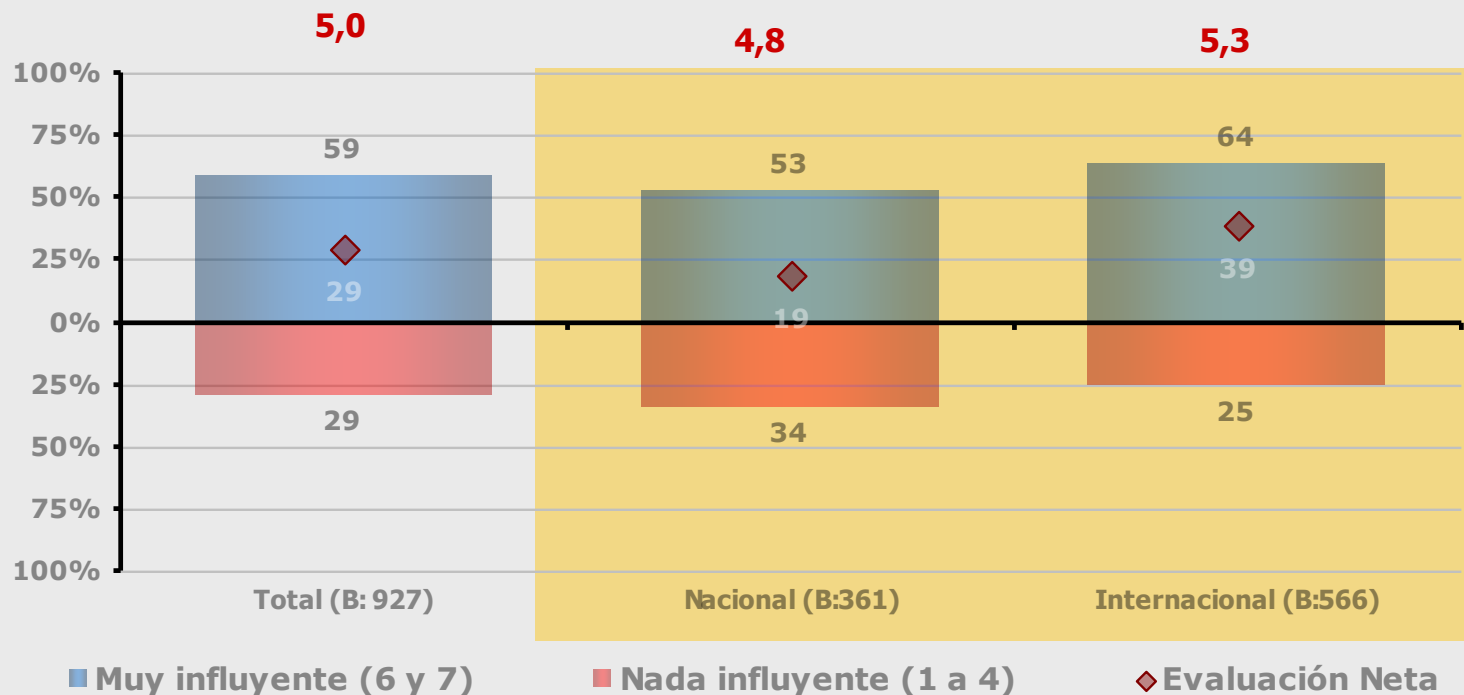


PASAJEROS FRECUENTE

Cruce según tipo de vuelo

21

¿Qué tan influyente diría Ud. que fue su calidad de pasajero frecuente de esa(s) línea aérea en su decisión al momento de comprar su pasaje? (B:927 que son pasajeros frecuentes)

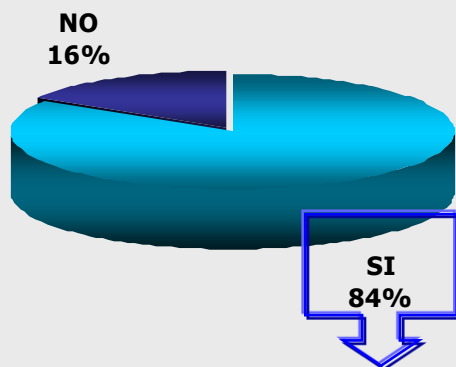
Promedio**Tipo de Vuelo**

PASAJEROS FRECUENTES

(Base: Quienes son pasajeros frecuentes, 927 casos)

22

¿Ud. cotiza pasajes en primer lugar en la(s) línea(s) de la cual es pasajero frecuente?

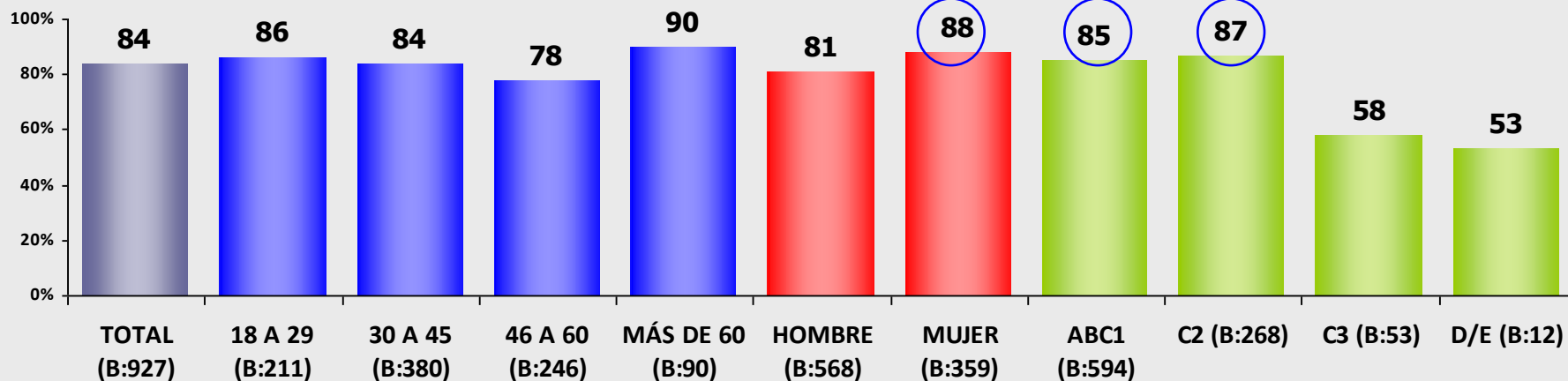


TRAMO ETAREO

SEXO

Cruce según variables sociodemográficas

GSE



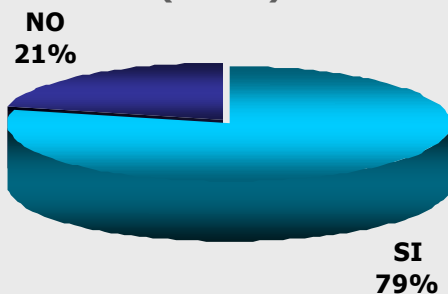
PASAJEROS FRECUENTES

(Base: Quiénes son pasajeros frecuentes, 927 casos)

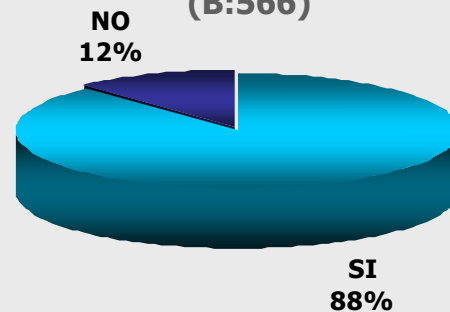
23

¿Ud. cotiza pasajes en primer lugar en la(s) línea(s) de la cual es pasajero frecuente?

NACIONAL
(B:361)



INTERNACIONAL
(B:566)

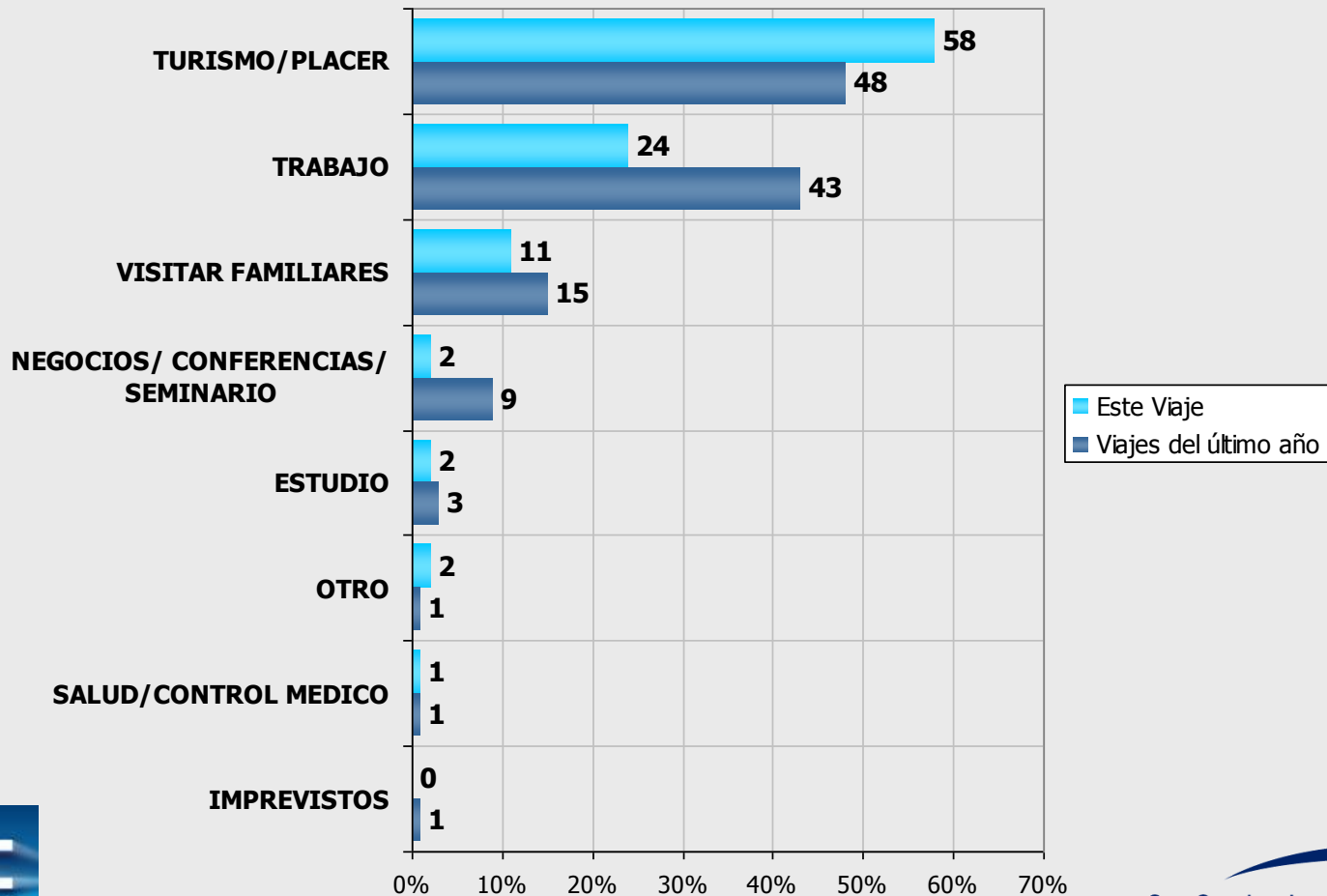


PROPOSITO DEL VIAJE

24

¿Cuál es el propósito principal de este viaje? (B: Total Entrevistados, 2340 casos)

Y en general, ¿cuáles han sido los propósitos de sus viajes en el último año? (B: quienes han viajado más de una vez en el año, 1719)



PROPOSITO DEL VIAJE

Cruce según variables sociodemográficas y pasajero frecuente

25

¿Cuál es el propósito principal de este viaje? (B: Total Entrevistados, 2340 casos)

	TOTAL	EDAD				SEXO		PASAJERO FRECUENTE		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60 AÑOS	HOMBRE	MUJER	SÍ	NO	ABC1	C2	C3	D/E
TURISMO/PLACER	58%	67%	54%	52%	59%	47%	72%	57%	58%	67%	54%	37%	27%
TRABAJO	24%	12%	32%	29%	16%	37%	7%	27%	22%	17%	25%	49%	34%
VISITAR FAMILIARES	11%	12%	9%	12%	14%	8%	15%	9%	13%	8%	16%	9%	23%
NEGOCIOS/ CONFERENCIAS/ SEMINARIO	2%	1%	3%	3%	2%	4%	1%	4%	1%	3%	2%	2%	0%
ESTUDIO	2%	5%	1%	0%	0%	2%	1%	1%	3%	2%	1%	1%	6%
OTRO	2%	2%	1%	1%	4%	1%	2%	2%	1%	2%	1%	1%	7%
SALUD/CONTROL MEDICO	1%	0%	0%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	1%	3%
IMPREVISTOS	0%	0%	0%	1%	0%	0%	0%	0%	1%	0%	0%	1%	
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Base:	2340	678	882	593	187	1348	992	927	1411	1171	827	280	62

PROPOSITO DEL VIAJE

Cruce según variables sociodemográficas y pasajero frecuente

26

Y en general, ¿cuáles han sido los propósitos de sus viajes en el último año? (B: quienes han viajado más de una vez en el año, 1719)

	TOTAL	EDAD				SEXO		PASAJERO FRECUENTE		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60 AÑOS	HOMBRE	MUJER	SÍ	NO	ABC1	C2	C3	D/E
TURISMO/PLACER	48%	59%	41%	47%	55%	39%	63%	50%	46%	54%	48%	30%	14%
TRABAJO	43%	25%	53%	47%	39%	58%	21%	48%	37%	41%	40%	64%	45%
VISITAR FAMILIARES	15%	15%	13%	15%	18%	12%	19%	13%	17%	11%	22%	8%	39%
NEGOCIOS/ CONFERENCIAS/ SEMINARIO	9%	4%	11%	11%	13%	11%	6%	14%	3%	12%	8%	3%	0%
ESTUDIO	3%	7%	2%	2%	1%	2%	4%	4%	2%	5%	1%	2%	0%
SALUD/CONTROL MEDICO	1%	0%	1%	1%	3%	1%	1%	1%	1%	0%	2%	1%	1%
OTRO	1%	1%	0%	1%	2%	1%	0%	1%	0%	1%	0%	1%	0%
IMPREVISTOS	1%	0%	0%	2%	2%	1%	1%	1%	1%	1%	0%	0%	0%
NO HA VIAJADO EN EL ÚLTIMO AÑO	2%	3%	2%	2%	1%	1%	3%	1%	2%	2%	2%	1%	0%
Total	123%	114%	123%	127%	133%	125%	118%	132%	109%	126%	124%	110%	100%
> BASE:	2340	678	882	593	187	1348	992	927	1411	1171	827	280	62

TIPO DE PASAJES

27

Sólo Pasajeros Internacionales: ¿A qué tipo o clase corresponde el pasaje de este vuelo?
(B:1320 casos que son pasajeros internacionales)



Turista

95%



Ejecutivo

3%



Primera Clase

1%

TIPO DE PASAJES

Cruce según variables sociodemográficas .

28

Sólo Pasajeros Internacionales: ¿A qué tipo o clase corresponde el pasaje de este vuelo?
(B:1320 casos)

	TOTAL	EDAD				SEXO		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60	HOMBRE	MUJER	ABC1	C2	C3	D/E
TURISTA/ECONÓMICA	95%	98%	93%	95%	97%	95%	96%	95%	96%	96%	100%
EJECUTIVO/BUSINESS	3%	1%	4%	4%	2%	4%	2%	4%	2%	0%	0%
PRIMERA CLASE	1%	0%	1%	1%	1%	1%	0%	1%	0%	0%	0%
NO SABE	1%	1%	2%	0%	0%	0%	2%	0%	2%	4%	0%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
> BASE:	1320	407	480	316	117	698	622	861	388	59	12

SÍNTESIS DESCRIPCIÓN DEL VIAJE

29

- ✓ Alrededor de un 40% de los entrevistados ha viajado más de 4 veces a algún destino en el último año. Un 60% de ellos ha viajado entre 1 y 3 veces en el último año. Los hombres son, en este caso, los que viajan con más frecuencia que las mujeres.
- ✓ Un 48% de los entrevistados es pasajero frecuente de alguna línea aérea. En general los pasajeros frecuentes corresponden a pasajeros mayores de 60 años o de GSE ABC1. Un 45% de aquellos que viajaban en vuelos nacionales son pasajeros frecuentes de alguna línea aérea y un 51% de quienes lo hacían en vuelos internacionales son pasajeros frecuentes.
- ✓ El hecho de ser pasajero frecuente de alguna línea aérea no influye de gran manera para elegir comprar un pasaje con determinada línea aérea. Un neto de 29% a nivel general indica que esta condición no es determinante en la compra de un pasaje. Sin embargo, un 84% de los entrevistados señala que SI cotiza en primer lugar en las aerolíneas en que es pasajero frecuente.
- ✓ En general el principal motivo para el viaje que estaba realizando el pasajero en el momento de la encuesta era Turismo/ Placer. Más atrás aparece trabajo y visitar familiares. En el caso de este viaje, en particular, se aprecia que hay una mayor proporción de mujeres que declara estar viajando por Turismo, así como ABC1 y jóvenes. Respecto a los viajes realizados en el último año, estos principalmente han sido por Turismo/ Placer y Trabajo (Turismo: preferentemente mujeres/ Trabajo: preferentemente hombres)
- ✓ Un 95% de los pasajeros que viajaban en vuelos internacionales señala que viaja en clase Turista.



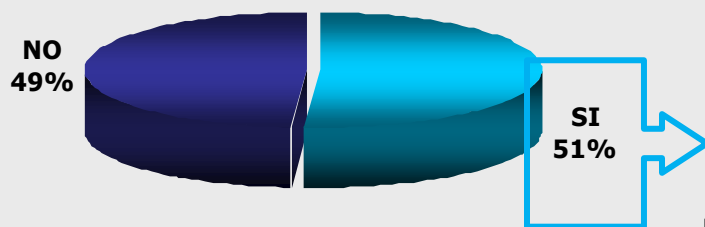
2.2

PROCESO DE COMPRA DE LOS PASAJES

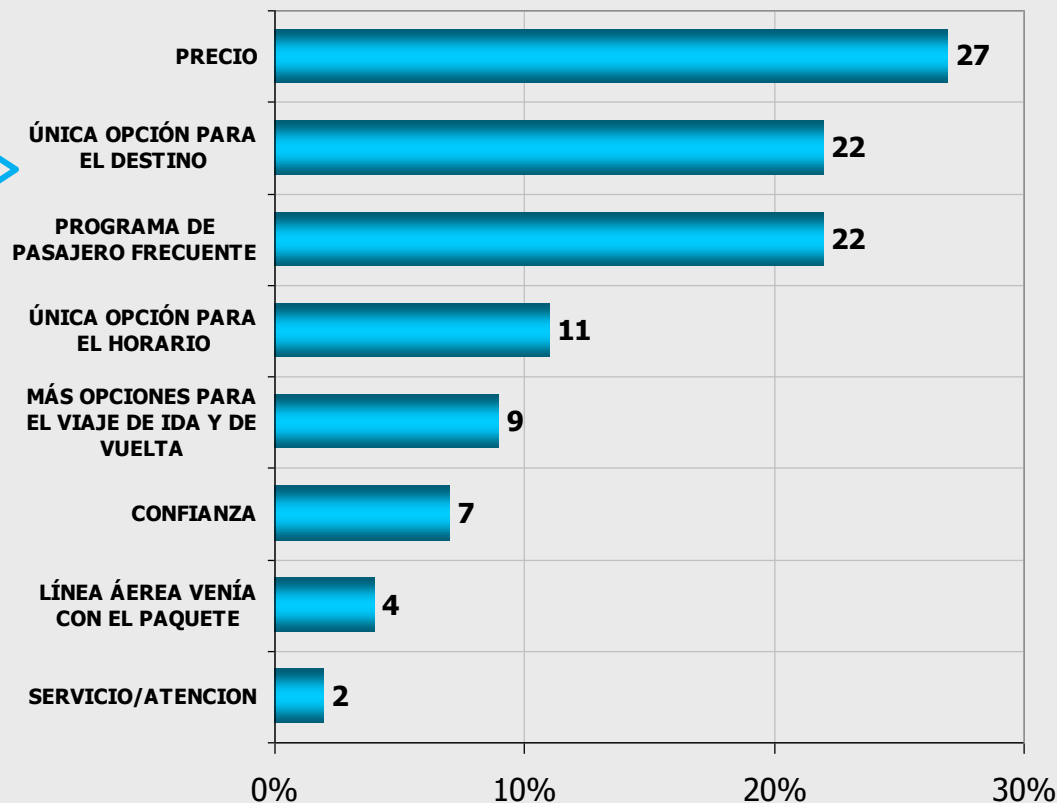
COMPRA DE PASAJES

31

Respecto a este viaje en particular, ¿Ud. compró personalmente su pasaje?
(Base: Total muestra, 2340 casos)



¿Por qué motivos eligió volar con la línea aérea? (B:1093 pasajeros que compraron personalmente su pasaje)



COMPRA DE PASAJES: MOTIVOS PARA ELEGIR LA LÍNEA AÉREA

Cruce según destino nacional

Base: 1093 pasajeros que compraron personalmente su pasaje)

32

	TOTAL	NACIONAL							
		ANTOFA-GASTA	CALAMA	CONCEPCION	IQUIQUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	LA SERENA	TEMUCO
PRECIO	27%	24%	23%	51%	24%	43%	26%	10%	16%
ÚNICA OPCIÓN PARA EL DESTINO	22%	1%	3%	13%	15%	10%	21%	31%	15%
PROGRAMA DE PASAJERO FRECUENTE	22%	43%	22%	9%	35%	25%	24%	36%	34%
ÚNICA OPCIÓN PARA EL HORARIO	11%	7%	24%	10%	6%	6%	8%	7%	9%
MÁS OPCIONES PARA EL VIAJE IDA Y VUELTA	9%	0%	14%	15%	7%	14%	3%	2%	0%
> BASE:	1093	32	42	39	64	44	56	42	50

No se aplicó prueba de diferencia significativa por tratarse de bases muy pequeñas

COMPRA DE PASAJES: MOTIVOS PARA ELEGIR LA LÍNEA AÉREA

Cruce según destino internacional

Base: 1093 pasajeros que compraron personalmente su pasaje)

33

	TOTAL	INTERNACIONAL														
		ASUN- CION	ATLAN- TA	B. AIRES	BOGOTA	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONTE VIDEO	PANA- MA	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORON- TO	CARA- CAS
PRECIO	27%	20%	29%	34%	25%	19%	33%	17%	14%	24%	25%	27%	29%	40%	35%	
ÚNICA OPCIÓN PARA EL DESTINO	22%	20%	84%	11%	25%	67%	7%	5%	47%	44%	25%	17%	14%	16%	15%	
PROGRAMA DE PASAJERO FRECUENTE	22%	20%	3%	14%	9%	19%	9%	13%	7%	7%	8%	3%	7%	22%	5%	100%
ÚNICA OPCIÓN PARA EL HORARIO	11%	20%	29%	3%	11%	23%	13%	9%	36%	14%	17%	10%	7%	8%		
MÁS OPCIONES PARA EL VIAJE IDA Y VUELTA	9%		3%	5%	4%	8%	32%	33%	23%	22%	25%			5%	25%	
> BASE:	1093	5	31	74	48	85	53	66	73	67	24	30	14	133	20	1

No se aplicó prueba de diferencia significativa por tratarse de bases muy pequeñas

COMPRA DE PASAJES: ANTICIPACIÓN DE LA COMPRA Y LUGAR DE COMPRA

34

¿Con cuanta anticipación compró su pasaje?
(B: 1093 que compraron su pasaje)

Menos de 2 días Un Mes 2 meses 3 meses 4 a 6 meses Más de 6 meses



Lugar donde
compró su
pasaje (B:1093)

48%

31%

22%

Directamente
en la
Aerolínea

Por una
Agencia de
viajes

En un portal
de viajes

COMPRA DE PASAJES: MODALIDAD DE COMPRA

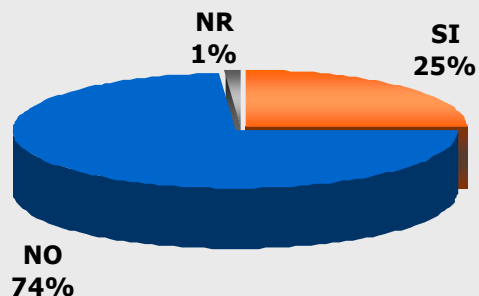
35



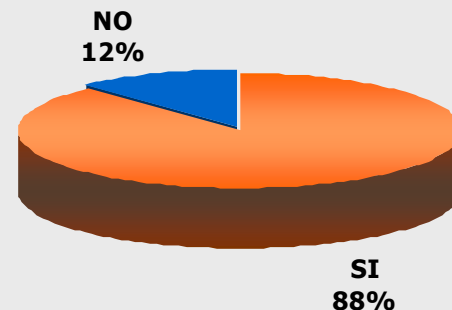
COMPRA DE PASAJES: TARIFAS

36

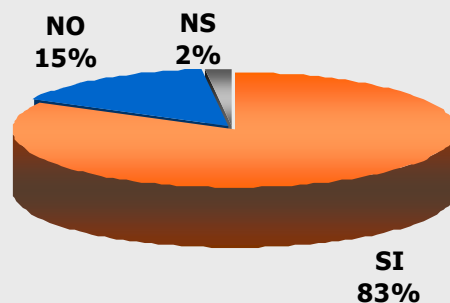
¿El pasaje aéreo que compró está incluido dentro de un paquete de viaje ? (Base: pasajeros que compraron personalmente su pasaje, 1093 casos)



¿Usted buscaba tarifas económicas? (Base: pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, 744 casos)



¿Tuvo finalmente acceso a tarifas económicas en la compra de su pasaje ? (Base: pasajeros que compraron su pasaje, dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, y además buscaban tarifas económicas, 641 casos)



COMPRA DE PASAJES: TARIFAS***Precio promedio incluye viajes ida y vuelta (no incluye paquetes aéreos)***

37

**Precio Promedio
Pasajes
Nacionales****\$ 106.750****Pesos
(B: 313 casos)****Precio Promedio
Pasajes
Internacionales****\$ 387.864****Pesos
(B:209 casos)****U\$ 1203****Dólares
(B: 116 casos)****€ 1027****Euros
(B:19 casos)**

COMPRA DE PASAJES: TARIFAS

Cruce según Destino del Vuelo , incluye sólo pasajes Ida y Vuelta. En PESOS (\$)

38

Precio Promedio Pasajes Nacionales

	TOTAL	NACIONALES (PESOS)							
		ANTOFAGASTA	CALAMA	CONCEPCION	IQUIQUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMUCO
Promedio	108.090	100.762	117.863	149.083	123.072	115.068	97.203	72.971	111.871
> BASE:	290	28	35	29	48	35	48	34	33

Precio Promedio Pasajes Internacionales

	TOTAL	INTERNACIONALES (PESOS)													
		ASUNCION	ATLANTA	B. AIRES	BOGOTA	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONTEVIDEO	PANAMA	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORONTO
PROMEDIO	390.847	80.000	676.364	162.756	504.786	279.802	973.442	714.514	706.871	184.222	626.667	964.000	369.556	403.774	773.333
> BASE:	201	1	11	36	7	22	16	6	12	9	3	8	9	58	3

COMPRA DE PASAJES: TARIFAS

Cruce según Destino de Vuelo, incluye sólo pasajes Ida y Vuelta. En DOLARES (U\$) y EUROS (€)

39

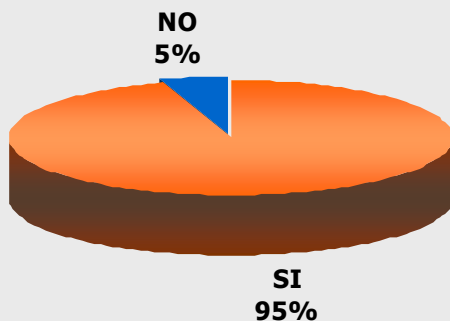
Precio Promedio Pasajes Internacionales

	TOTAL	INTERNACIONALES (DOLARES)												
		ASUNCI ON	ATLAN TA	B. AIRES	BOGOT A	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONT EVIDEO	PANA MA	PARIS	SAO PAULO	TORON TO
Promedio	1.233	370	1.650	407	1.016	776	1.467	1.088	1.558	611	1.204	1.961	1.274	1.935
> BASE:	111	1	6	7	9	21	6	4	11	3	12	9	11	11

	TOTAL	INTERNACIONALES (EUROS)		
		B. AIRES	MADRID	PARIS
Promedio	1.027	900	1.004	1.245
> BASE:	19	1	14	4

COMPRA DE PASAJES: VIAJE IDA Y VUELTA

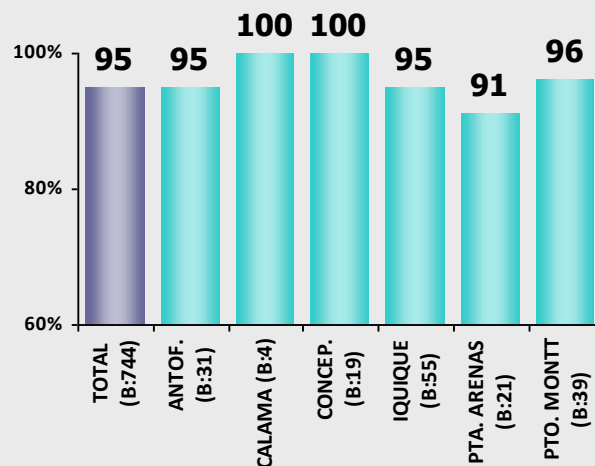
¿El precio pagado corresponde a un viaje de ida y vuelta? (Base: Pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no está incluido en un paquete, 744 casos)



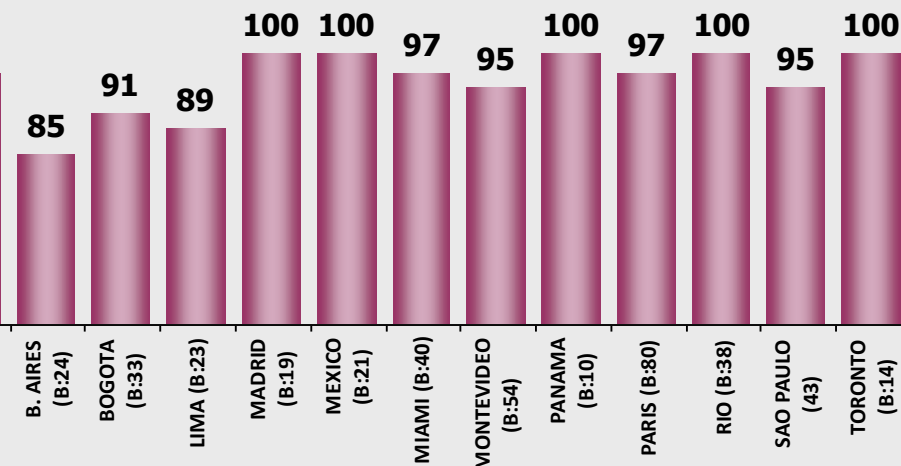
96%

De los entrevistados
señala que su viaje
se inicia en Chile

NACIONALES



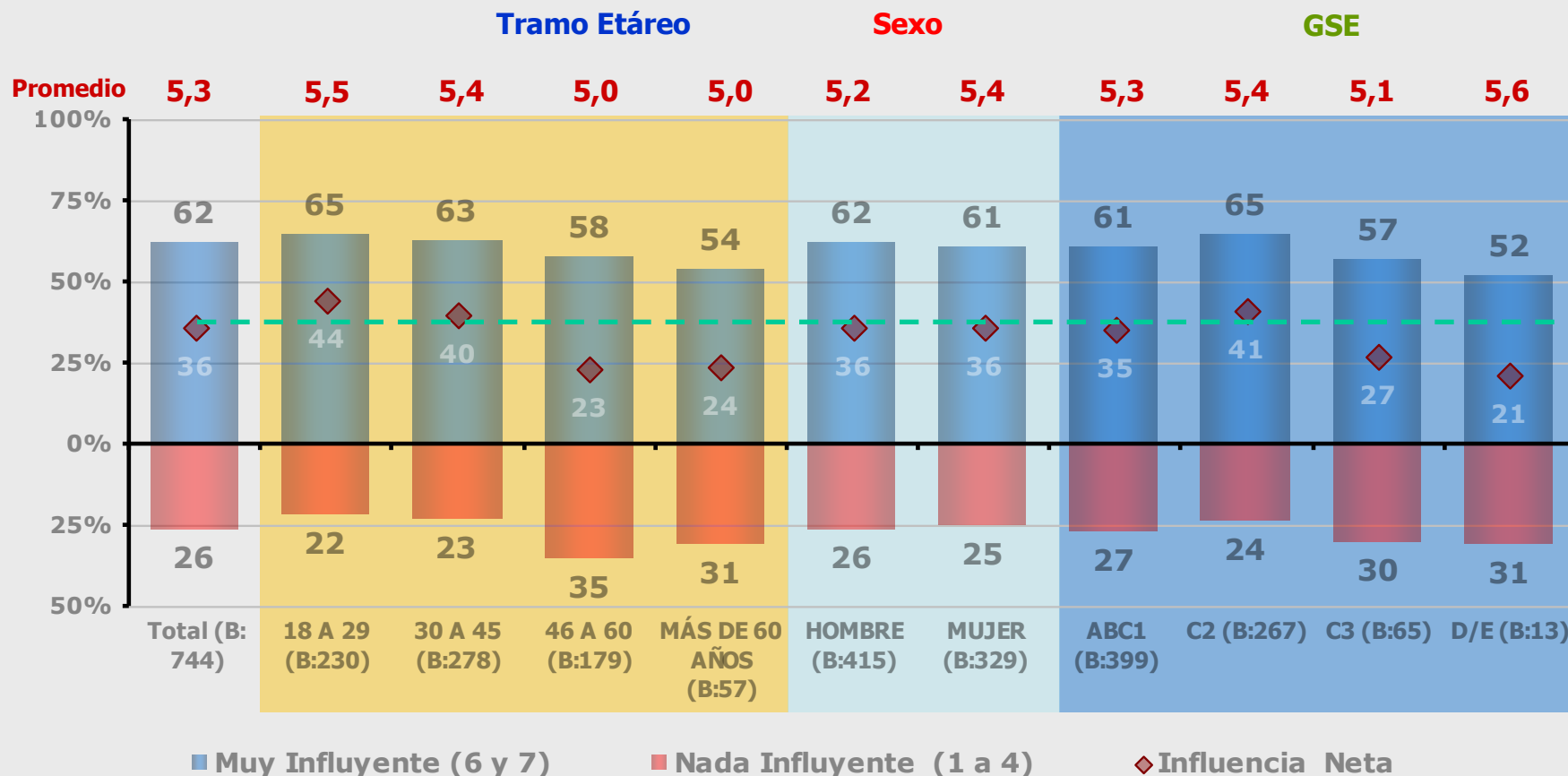
INTERNACIONALES



INFLUENCIA DEL PRECIO DEL PASAJE EN LA ELECCIÓN DE UNA LÍNEA AÉREA

Base: Pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no está incluido en un paquete, 744 casos)

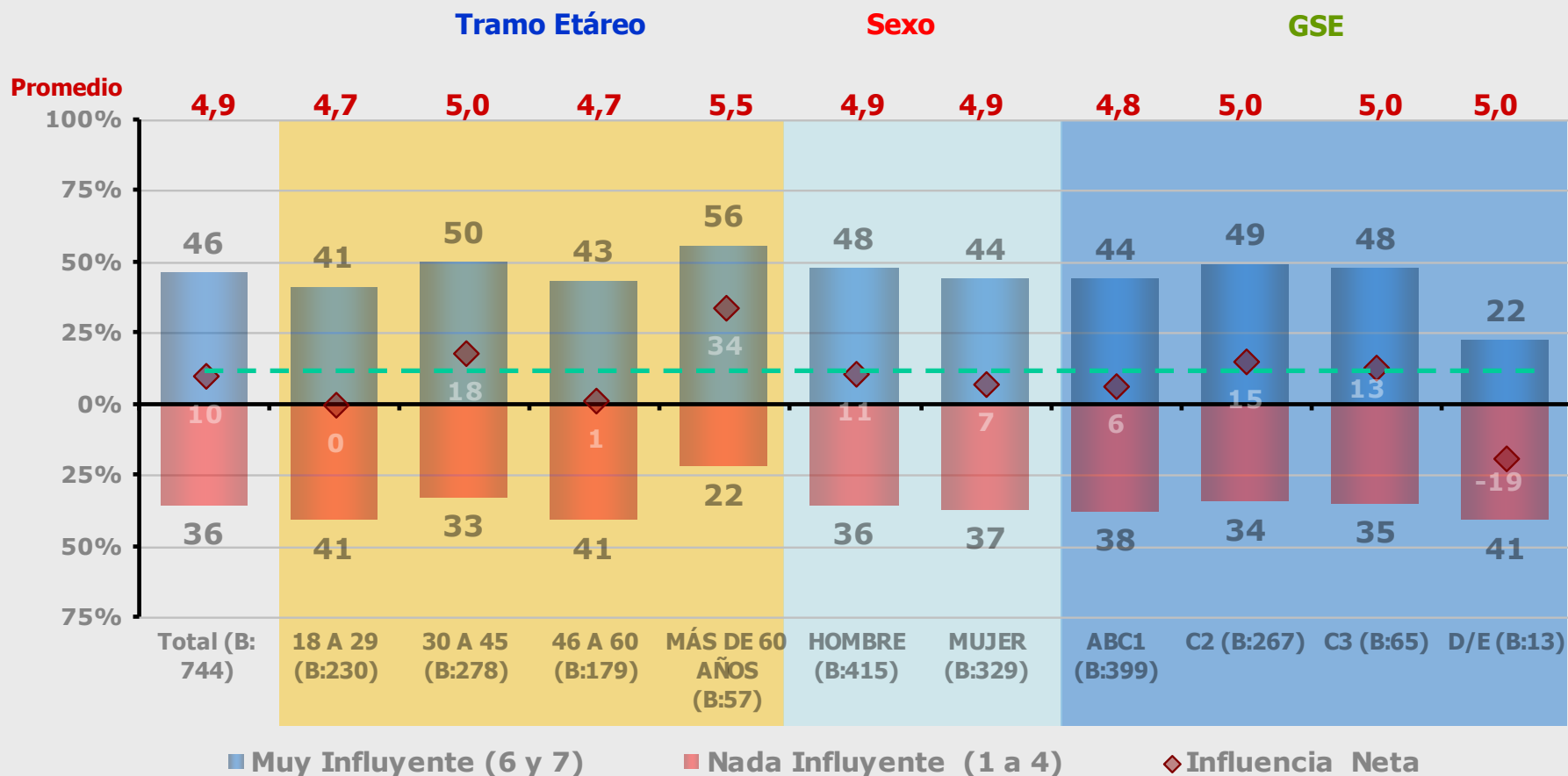
41



INFLUENCIA DEL HORARIO DE VIAJE EN LA ELECCION DE UNA LÍNEA AÉREA

42

Base: Pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no está incluido en un paquete, 744 casos)



INFLUENCIA DEL HORARIO DE VIAJE EN LA ELECCION DE UNA LÍNEA AÉREA

Cruce según destino del vuelo

Base: Pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no está incluido en un paquete, 744 casos)

43

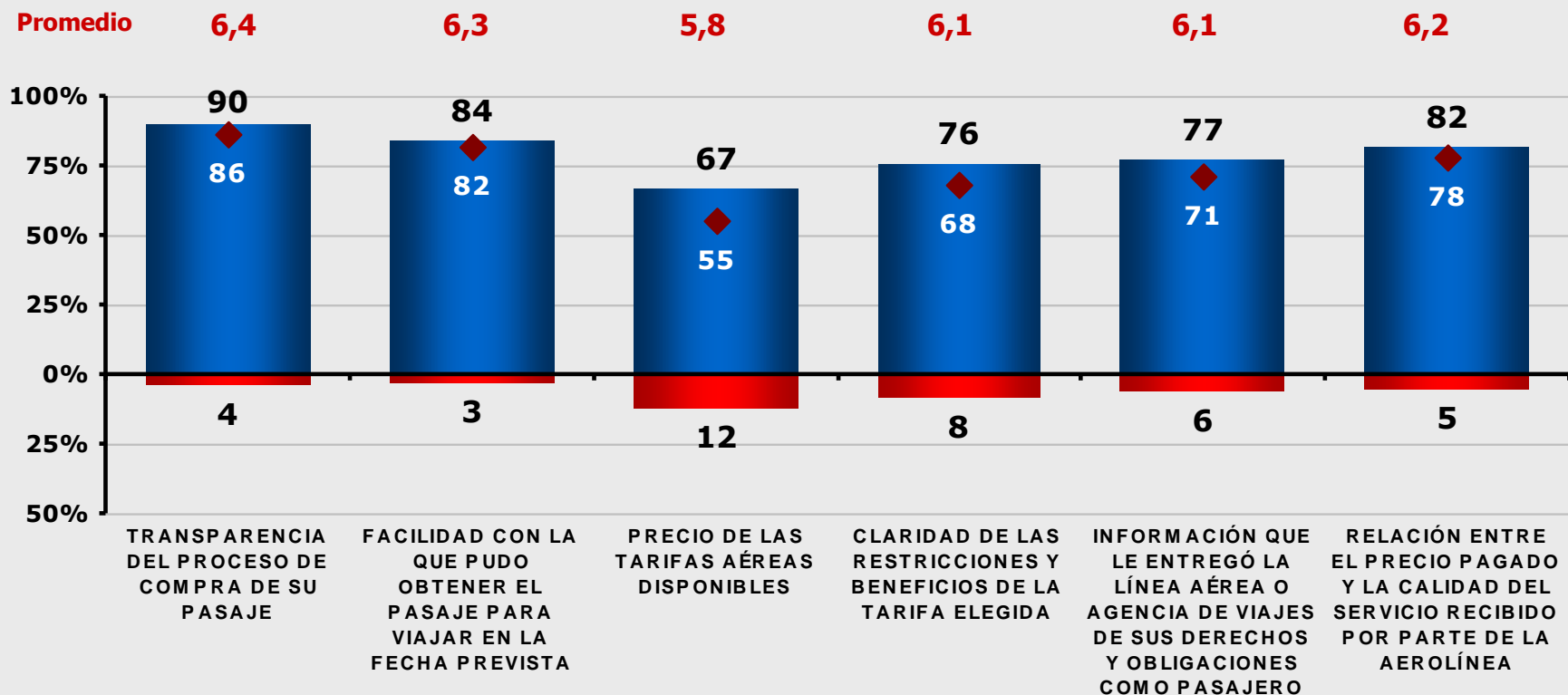
	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOF AG.	CALAMA	CONCE	IQU.	PTA. ARENAS	PTO. MONT	SERENA	TEMUCO	ASUNCIÓN	ATLANTA	B. AIRES	BOGOTÁ	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONT EV.	PANAMA	PARIS	RIO	S. PAULO	TORONTO
1 A 4	36%	43%	41%	41%	33%	25%	30%	45%	26%	75%	21%	39%	14%	12%	49%	32%	15%	16%	11%	43%	60%	57%	0%
6 Y 7	46%	40%	38%	47%	46%	63%	54%	39%	47%	25%	47%	42%	48%	63%	42%	55%	68%	62%	84%	48%	30%	27%	93%
Neto	10%	-3%	-3%	6%	13%	39%	24%	-5%	20%	-50%	26%	2%	34%	50%	-7%	23%	53%	46%	74%	5%	-30%	-29%	93%
Media	4,9	5,0	4,7	4,9	4,7	5,6	5,2	4,5	5,2	4,5	5,1	5,0	5,4	5,7	4,0	4,9	5,6	5,7	5,8	4,3	3,6	4,1	6,4
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

No se aplicó prueba de diferencia significativa por tratarse de bases muy pequeñas

ATRIBUTOS PROCESO DE COMPRA DEL PASAJE

44

Pensando en el proceso de compra, de 1 a 7, como en el Colegio, ¿con qué nota evalúa ... ? (B: 744 casos que han comprado su pasaje personalmente y su pasaje no está incluido en un paquete de viajes)



■ Buena evaluación (6 y 7)

■ Mala evaluación (1 a 4)

◆ Evaluación Neta

ATRIBUTOS PROCESO DE COMPRA DEL PASAJE

Cruce según destino

La transparencia del proceso de compra de su pasaje

45

	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA G	CALAM A	CONCEP CION	IQUIQU E	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMUC O	ASUNCI ON	ATLANT	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRI D	MEXICO	MIAMI	MONTE VIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORON TO
1 A 4	4%	10%	9%	0%	3%	0%	3%	5%	0%	0%	0%	2%	0%	0%	13%	9%	0%	0%	0%	10%	0%	6%	0%
6 Y 7	90%	77%	86%	94%	97%	94%	97%	87%	97%	75%	100%	92%	81%	93%	82%	59%	91%	89%	100%	90%	80%	88%	100%
Neto	86%	67%	76%	94%	93%	94%	95%	82%	97%	75%	100%	90%	81%	93%	68%	50%	91%	89%	100%	81%	80%	82%	100%
Media	6,4	6,0	6,3	6,5	6,5	6,4	6,5	6,3	6,6	6,0	6,6	6,4	6,4	6,3	6,2	5,7	6,5	6,1	6,7	6,2	6,4	6,5	6,4
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

La facilidad con la que pudo obtener el pasaje para viajar en la fecha prevista

	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA G	CALAM A	CONCEP CION	IQUIQU E	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMUC O	ASUNCI ON	ATLANT	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONTE VIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORON TO
1 A 4	3%	5%	5%	0%	3%	0%	3%	5%	0%	0%	0%	0%	0%	3%	11%	0%	4%	0%	0%	5%	10%	1%	0%
6 Y 7	84%	89%	81%	82%	86%	99%	85%	76%	86%	75%	100%	91%	72%	65%	72%	59%	85%	82%	89%	90%	70%	91%	100%
Neto	82%	84%	76%	82%	83%	99%	83%	71%	86%	75%	100%	91%	72%	62%	61%	59%	80%	82%	89%	86%	60%	89%	100%
Media	6,3	6,3	6,4	6,3	6,4	6,6	6,5	6,2	6,4	6,3	6,3	6,5	6,2	5,8	6,1	5,9	6,3	6,0	6,5	6,3	6,2	6,4	6,4
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

ATRIBUTOS PROCESO DE COMPRA DEL PASAJE

Cruce según destino

El precio de las tarifas aéreas disponibles

46

	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA G	CALAM A	CONCEPCION	IQUIQUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMUCO	ASUNCION	ATLANT	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONTEVIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORONTO
1 A 4	12%	15%	22%	29%	17%	6%	5%	11%	11%	50%	0%	10%	9%	7%	8%	18%	4%	4%	11%	14%	10%	15%	7%
6 Y 7	67%	69%	65%	42%	71%	50%	81%	82%	68%	25%	84%	79%	73%	69%	63%	45%	70%	70%	79%	52%	60%	48%	79%
Neto	55%	54%	43%	12%	53%	44%	75%	71%	57%	-25%	84%	69%	64%	62%	55%	27%	65%	66%	68%	38%	50%	33%	71%
Media	5,8	5,8	5,6	5,4	5,9	5,7	6,2	6,2	5,8	4,8	6,2	6,0	5,8	5,8	5,9	5,5	6,0	6,0	5,7	5,6	5,4	5,5	5,7
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

La claridad de las restricciones y beneficios de la tarifa elegida

	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA G	CALAM A	CONCEPCION	IQUIQUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMUCO	ASUNCION	ATLANT	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRID	MEXICO	MIAMI	MONTEVIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORONTO
1 A 4	8%	10%	14%	18%	13%	0%	3%	5%	11%	50%	0%	5%	5%	0%	11%	5%	0%	0%	5%	10%	10%	12%	0%
6 Y 7	76%	78%	78%	65%	83%	94%	92%	79%	78%	25%	89%	82%	77%	79%	72%	68%	65%	87%	74%	67%	70%	49%	57%
Neto	68%	68%	64%	47%	70%	94%	89%	74%	68%	-25%	89%	77%	72%	79%	61%	64%	65%	87%	68%	57%	60%	37%	57%
Media	6,1	6,1	6,2	5,6	6,2	6,4	6,5	6,2	6,0	4,5	6,6	6,2	6,1	6,0	5,9	5,8	6,0	6,2	5,9	5,9	5,6	5,5	5,6
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

ATRIBUTOS PROCESO DE COMPRA DEL PASAJE

Cruce según destino

La información que le entregó la línea aérea o agencia de viajes de sus derechos y obligaciones como pasajero

47

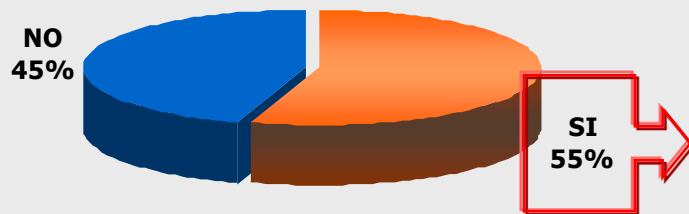
	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA GASTA	CALA- MA	CONCEP CION	IQUI- QUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMU- CO	ASUNCI ON	ATLANT A	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRI	MEXICO	MIAMI	MONTE VIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORON TO
1 A 4	6%	5%	11%	6%	3%	6%	3%	5%	5%	50%	0%	5%	5%	4%	8%	14%	0%	0%	0%	10%	10%	13%	21%
6 Y 7	77%	81%	78%	77%	83%	88%	91%	79%	79%	25%	89%	80%	58%	82%	67%	59%	76%	75%	74%	81%	60%	60%	43%
Neto	71%	76%	67%	71%	80%	82%	88%	74%	74%	-25%	89%	74%	53%	78%	58%	45%	76%	75%	74%	71%	50%	48%	21%
Media	6,1	6,1	6,2	5,9	6,3	6,3	6,4	6,2	6,2	4,5	6,4	6,2	5,9	6,1	5,8	5,5	6,2	6,1	6,1	6,1	5,7	5,6	5,3
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

La relación entre el precio pagado y la calidad del servicio recibido por parte de la aerolínea

	TOTAL	NACIONAL								INTERNACIONAL													
		ANTOFA GASTA	CALA- MA	CONCEP CION	IQUI- QUE	PTA. ARENAS	PTO. MONTT	SERENA	TEMU- CO	ASUNCI ON	ATLANT A	B. AIRES	BOGOT	LIMA	MADRI D	MEXICO	MIAMI	MONTE VIDEO	PANAM	PARIS	RIO	SAO PAULO	TORON TO
1 A 4	5%	5%	5%	0%	7%	0%	3%	5%	11%	25%	0%	3%	5%	0%	11%	14%	5%	0%	0%	14%	0%	5%	0%
6 Y 7	82%	89%	81%	64%	87%	87%	90%	84%	81%	50%	89%	87%	67%	82%	59%	50%	71%	73%	100%	81%	70%	86%	93%
Neto	78%	84%	76%	64%	80%	87%	87%	79%	70%	25%	89%	84%	62%	82%	48%	36%	66%	73%	100%	67%	70%	81%	93%
Media	6,2	6,2	6,4	6,0	6,3	6,4	6,4	6,3	6,0	5,0	6,4	6,3	5,8	6,2	5,8	5,6	6,2	6,0	6,3	6,0	5,8	6,0	6,0
> BASE:	744	31	39	32	54	40	54	38	43	4	19	55	21	52	38	24	33	23	19	21	10	80	14

COMPRA DE PASAJES: RESTRICCIONES DE LA TARIFA

¿Usted conoce las restricciones de su tarifa ? (B:2340)



69%

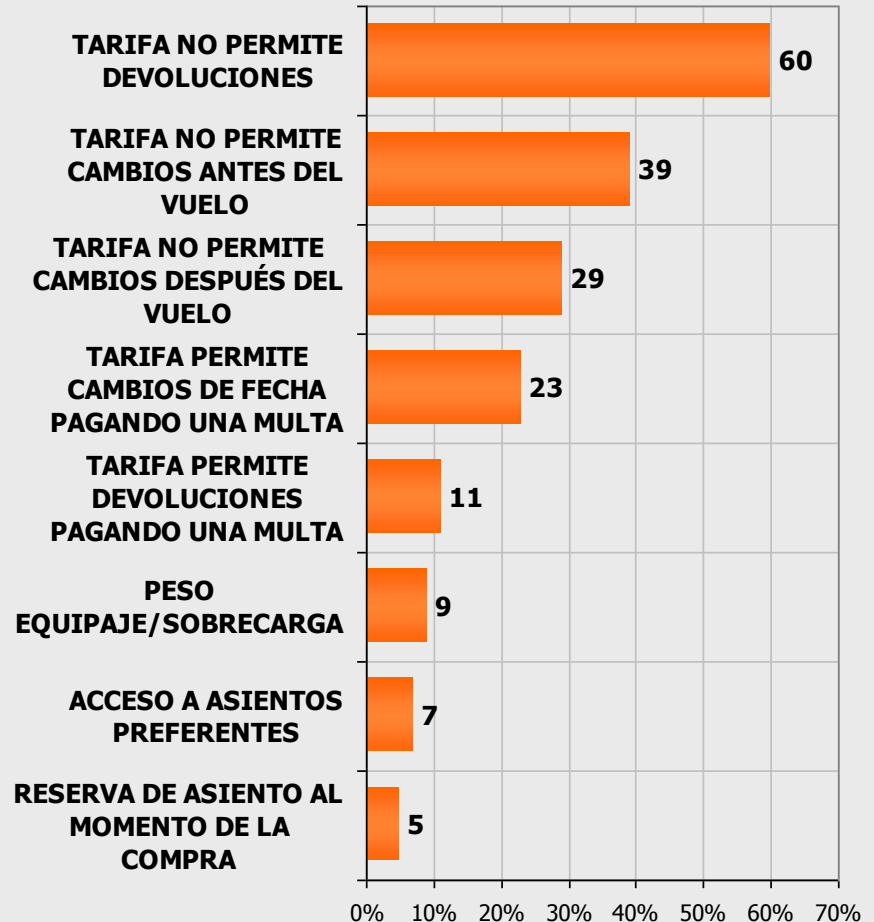
De aquellos que compran el pasaje **SI** conoce las restricciones de su tarifa

41%

De aquellos que **NO** compran el pasaje **SI** conoce las restricciones de su tarifa

¿Cuáles son las restricciones de su tarifa?

(B: Aquellos que conocen las restricciones, 1162 casos)

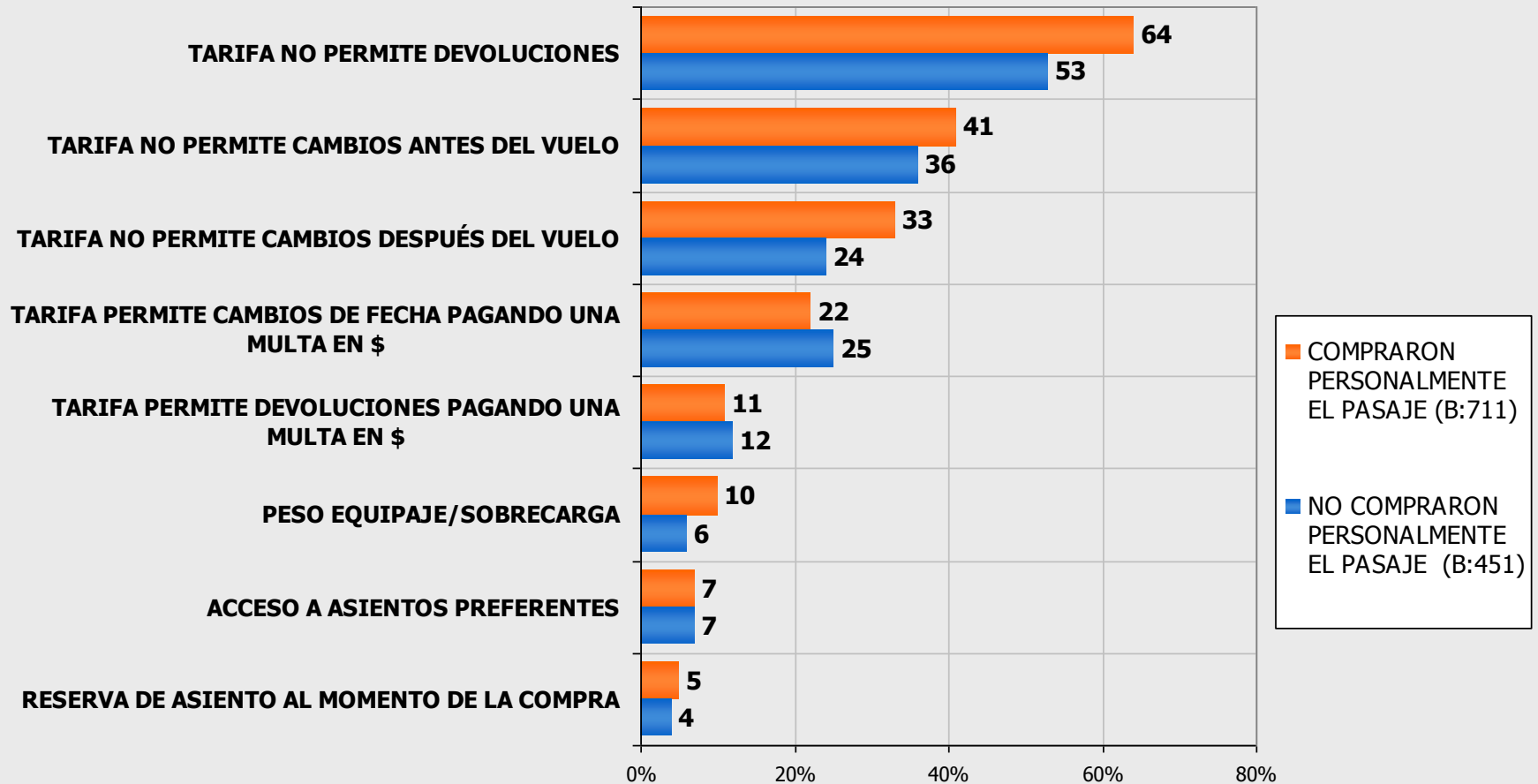


COMPRA DE PASAJES: RESTRICCIONES DE LA TARIFA

49

¿Cuáles son las restricciones de su tarifa?

(B: Aquellos que conocen las restricciones, 1162 casos)

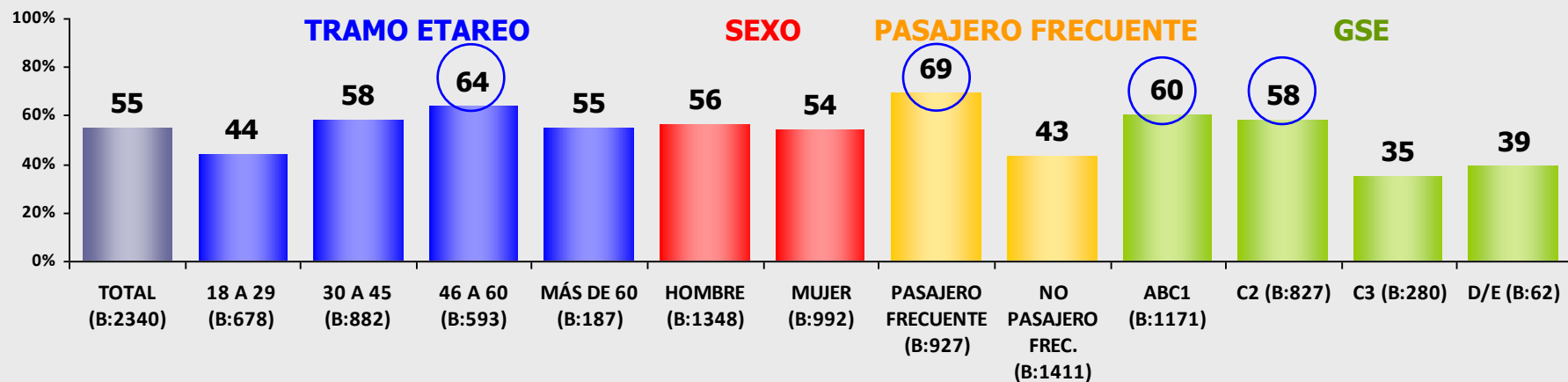


COMPRA DE PASAJES: RESTRICCIONES DE LA TARIFA

Cruce según variables sociodemográficas .

50

¿Usted conoce las restricciones de su tarifa? (B: Total muestra, 2340 casos)



SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES (1)

51

- ✓ Un 51% de los entrevistados señala que compró su pasaje personalmente.
- ✓ Los principales motivos para elegir cierta línea aérea tienen relación con el precio (la más económica) , o es la única opción para el destino que viaja, o por el programa de pasajero frecuente.
- ✓ Un 52% de los entrevistados (que compraron personalmente su pasaje, 1093 casos) señala que compró su pasaje con alrededor de un mes de anticipación. Este período se presenta de manera similar en los pasajeros de las líneas aéreas internacionales evaluadas.
- ✓ Un 48 % de los pasajeros entrevistados (que compraron personalmente su pasaje, 1093 casos) señala que compró su pasaje directamente en la aerolínea, un 31% señala en una agencia de viajes y un 22% señala que lo compró en un portal de viajes. Las modalidades elegidas para la compra son página web (54%) y en oficinas (43%).

SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES (2)

52

- ✓ Un 25% de los pasajeros (que compraron personalmente su pasaje, 1093 casos) señala que su pasaje está incluido en un paquete aéreo.
- ✓ Un 32% del total de los pasajeros entrevistados compró su pasaje efectivamente, esto quiere decir que lo cotizó personalmente y su pasaje no estaba incluido en un paquete de viajes (32% en pasajeros nacionales y 31% en pasajeros internacionales).
- ✓ De este 32% de la muestra (744 casos), es decir pasajeros que compraron efectivamente su pasaje, un 88% SI buscaba tarifas y un 83% efectivamente si tuvo acceso a estas tarifas. Esto especialmente en pasajeros de vuelos nacionales.
- ✓ Entre aquellos que compraron personalmente su pasaje y este pasaje no estaba incluido en un paquete (744 casos), un 95% de los entrevistados señala que efectivamente el valor del pasaje pagado corresponde a un viaje de ida y vuelta. En el caso de algunos pasajeros de líneas internacionales, se señala que el pasaje es sólo de ida.
- ✓ En general, se puede decir que el precio del pasaje influye de modo regular a la hora de decidir realizar un viaje. En cuanto al Horario del viaje, se puede señalar que es menos influyente a la hora de decidir viajar, que el precio. Esto entre quienes compraron efectivamente su pasaje (744 casos).

SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES (3)

53

✓ En cuanto a los atributos del proceso de compra, se aprecia que los que mejor evaluación obtienen son la transparencia del proceso de compra y la facilidad para obtener un pasaje para viajar en la fecha prevista. Les siguen (en cuanto a evaluación) la relación precio calidad, la información entregada por la línea aérea y la claridad de las restricciones de la tarifa elegida. El atributo que obtiene la evaluación más baja, aunque regular es el precio de las tarifas. Esto entre quienes compraron efectivamente su pasaje (744 casos).

✓ Un 55% del total de entrevistados declara SI conocer las restricciones de su tarifa. Éstas tienen relación con que la tarifa no permite devoluciones, no permite cambios antes del vuelo o después del vuelo. Se aprecia que hay una diferencia en el conocimiento de estas restricciones entre aquellos que compran su pasaje y aquellos que no lo hacen.

✓ Respecto a este mismo tema, un 69% de aquellos pasajeros que declaran ser pasajeros frecuentes dice SI conocer las restricciones de su tarifa; aquellos que no son pasajeros frecuentes, un 57% de ellos dice NO conocer estas restricciones. Por tanto el perfil de quien está más informado en este tema es aquellos sujetos que son pasajeros frecuentes, entre 46 y 60 años de GSE ABC1 y C2, especialmente.



2.2.1

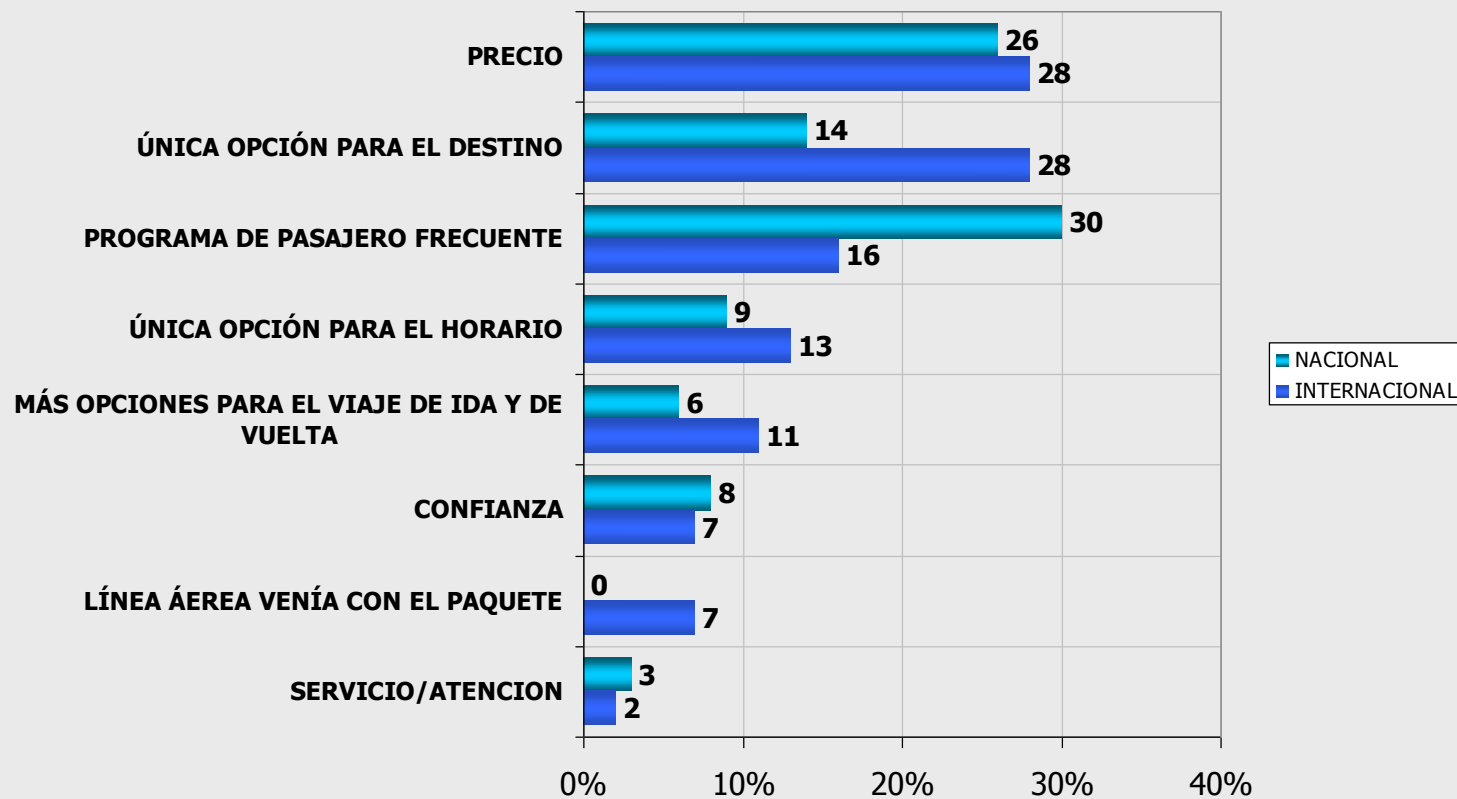
PROCESO DE COMPRA DE LOS PASAJES, SEGÚN TIPO DE VUELO (ANÁLISIS ESPECIAL)

COMPRA DE PASAJES

Cruce según tipo de vuelo

55

¿Por qué motivos eligió volar con la línea aérea?
(B:1093 pasajeros que compraron personalmente su pasaje)



COMPRA DE PASAJES: ANTICIPACIÓN DE LA COMPRA Y LUGAR DE COMPRA

Cruce según tipo de vuelo

56

¿Con cuanta anticipación compró su pasaje? (B:1093 pasajeros que compraron personalmente su pasaje)

NACIONAL (B: 369)

Menos de 2 días Un Mes 2 meses 3 meses 4 a 6 meses Más de 6 meses



INTERNACIONAL (B: 724)

Menos de 2 días Un Mes 2 meses 3 meses 4 a 6 meses Más de 6 meses

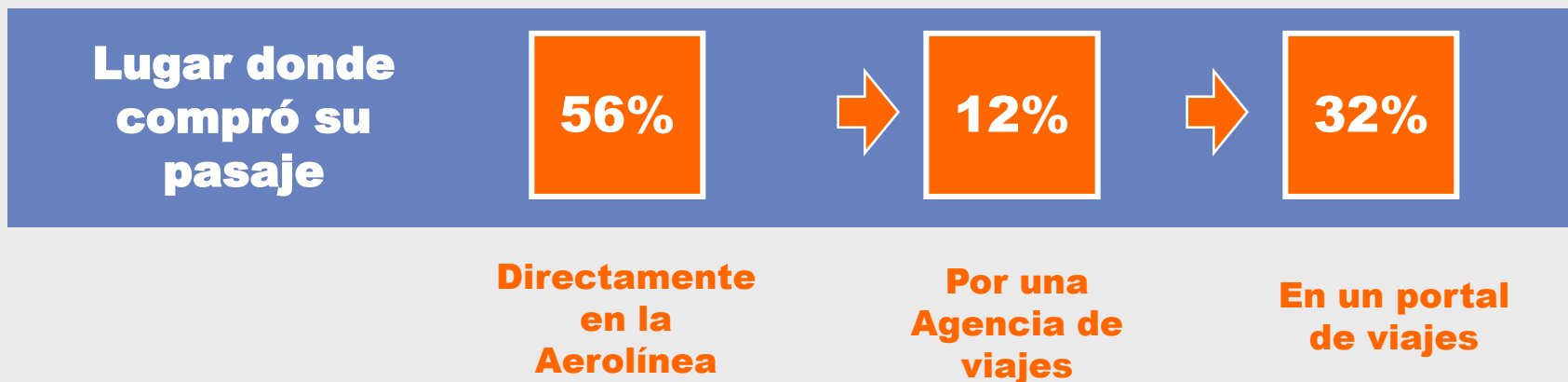


COMPRA DE PASAJES: ANTICIPACIÓN DE LA COMPRA Y LUGAR DE COMPRA

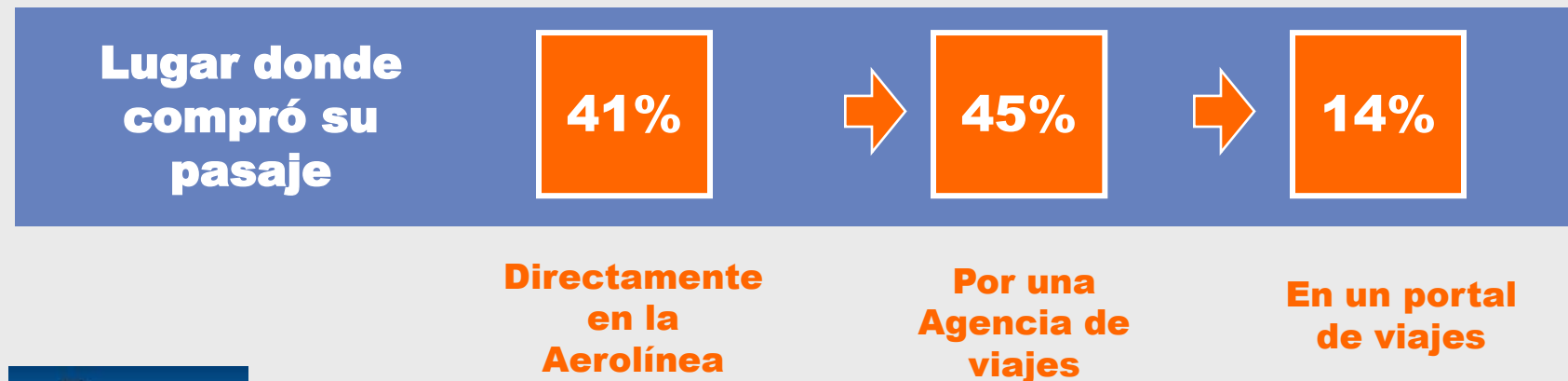
Cruce según tipo de vuelo

57

NACIONAL (B: 369)



INTERNACIONAL (B: 724)



COMPRA DE PASAJES: MODALIDAD DE COMPRA

Cruce según tipo de vuelo

58

NACIONAL (B: 369)

**Modalidad de
compra de su
pasaje**

73%



25%



1%

**Página de
internet / WEB**

**En las oficinas
o sucursal**

Telefónicamente

INTERNACIONAL (B: 724)

**Modalidad de
compra de su
pasaje**

40%



57%



3%

**Página de
internet / WEB**

**En las oficinas
o sucursal**

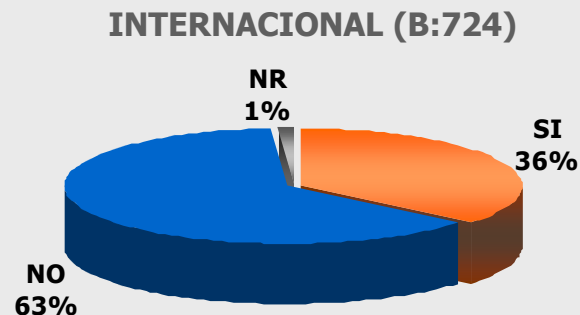
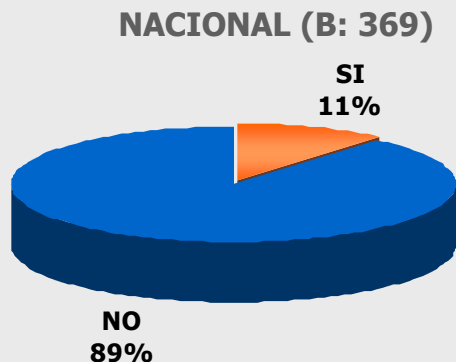
Telefónicamente

COMPRA DE PASAJES: TARIFAS

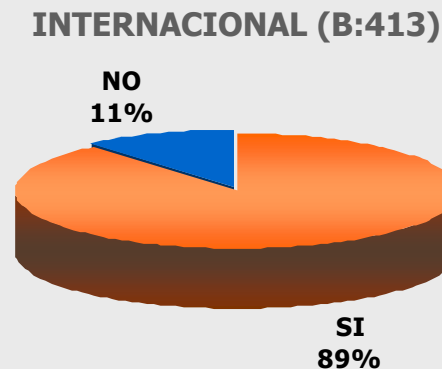
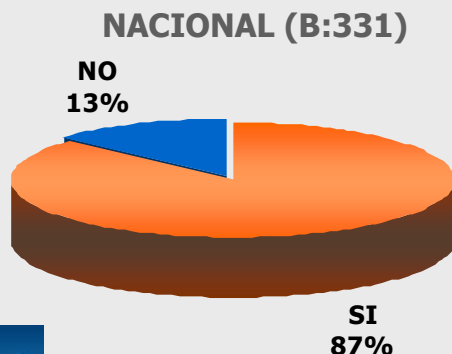
Cruce según tipo de vuelo

59

¿El pasaje aéreo que compró está incluido dentro de un paquete de viaje ? (Base: pasajeros que compraron personalmente su pasaje, 1093 casos)



¿Usted buscaba tarifas económicas? (Base: pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, 744 casos)



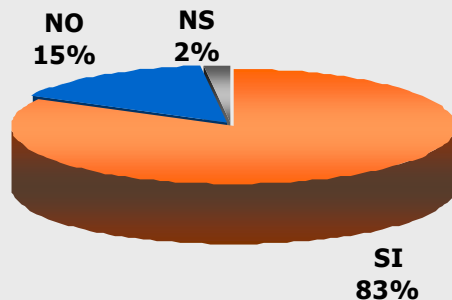
COMPRA DE PASAJES: TARIFAS

Cruce según tipo de vuelo

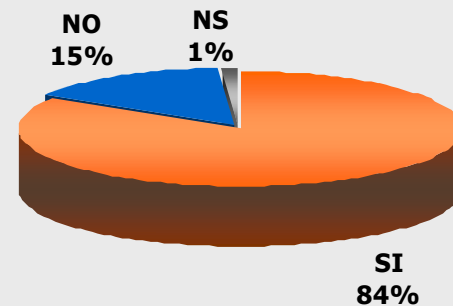
60

¿Tuvo finalmente acceso a tarifas económicas en la compra de su pasaje ? (Base: pasajeros que compraron su pasaje, dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, y además buscaban tarifas económicas, 641 casos)

NACIONAL
(B:283)



INTERNACIONAL
(B:358)

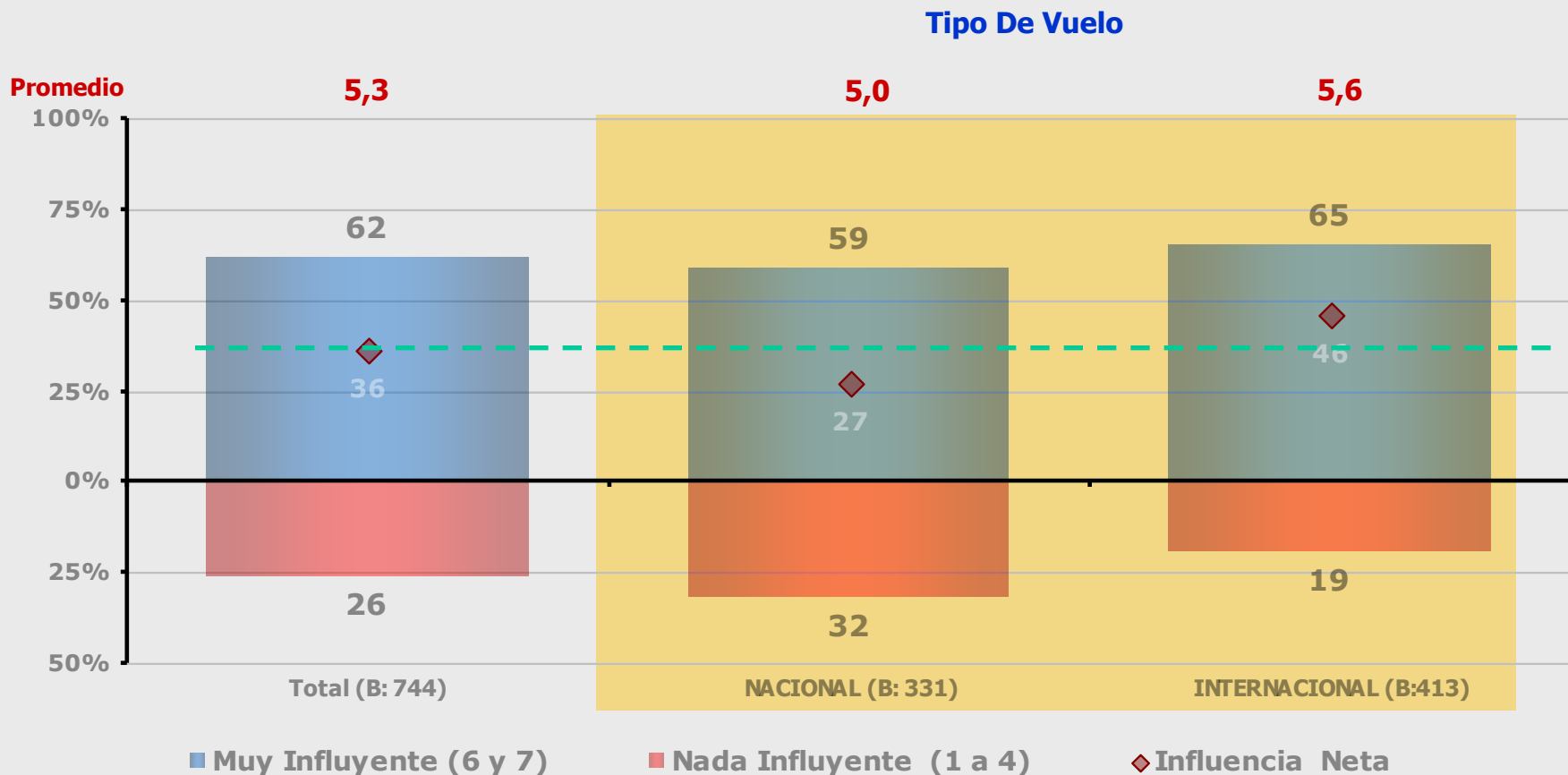


INFLUENCIA DEL PRECIO DEL PASAJE EN LA ELECCIÓN DE UNA LÍNEA AÉREA

Cruce según tipo de vuelo

(Base: pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, 744 casos)

61

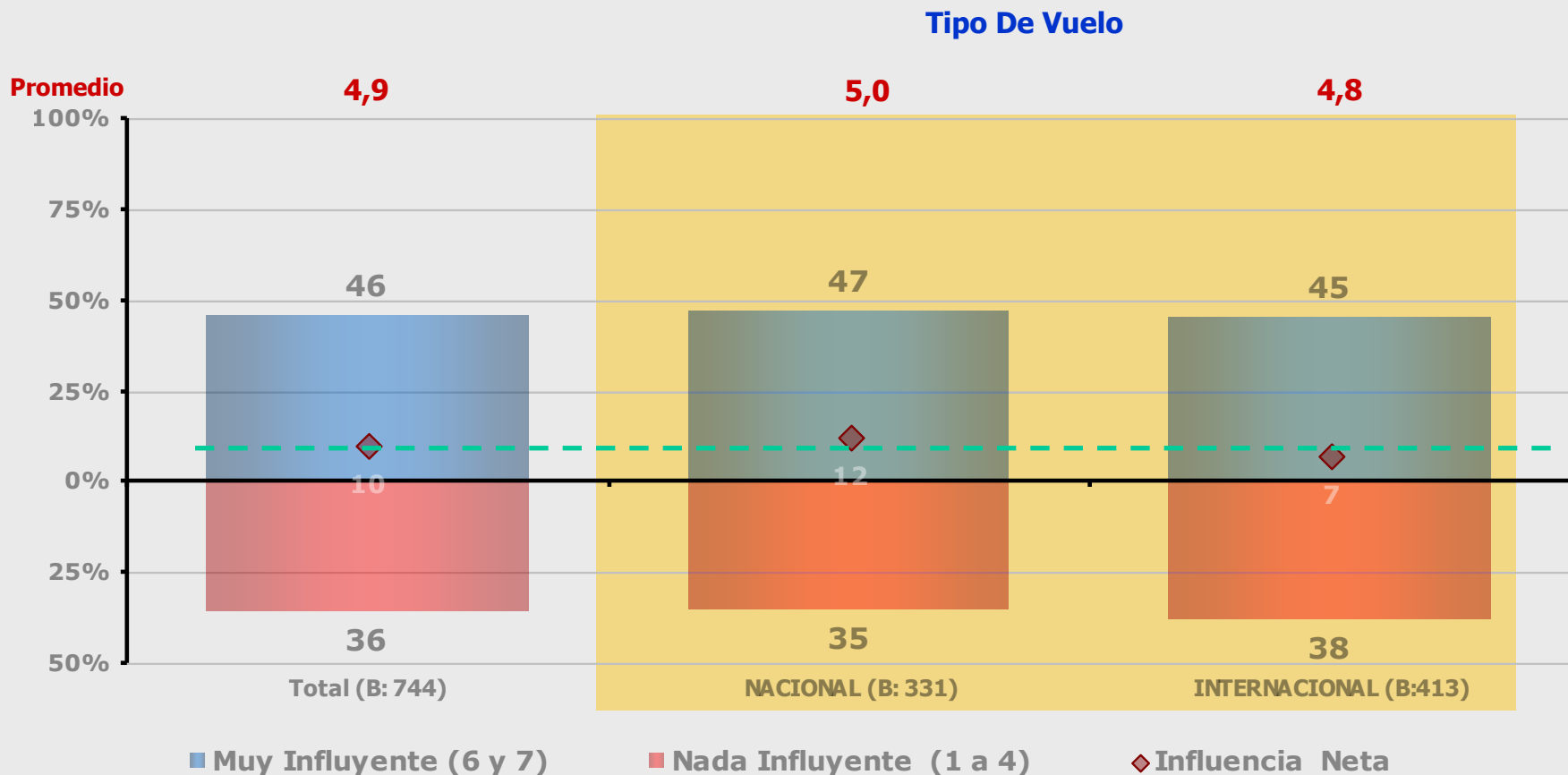


INFLUENCIA DEL HORARIO DE VIAJE EN LA ELECCION DE UNA LÍNEA AÉREA

Cruce según tipo de vuelo

(Base: pasajeros que compraron su pasaje y dicho pasaje no estaba incluido en un paquete, 744 casos)

62



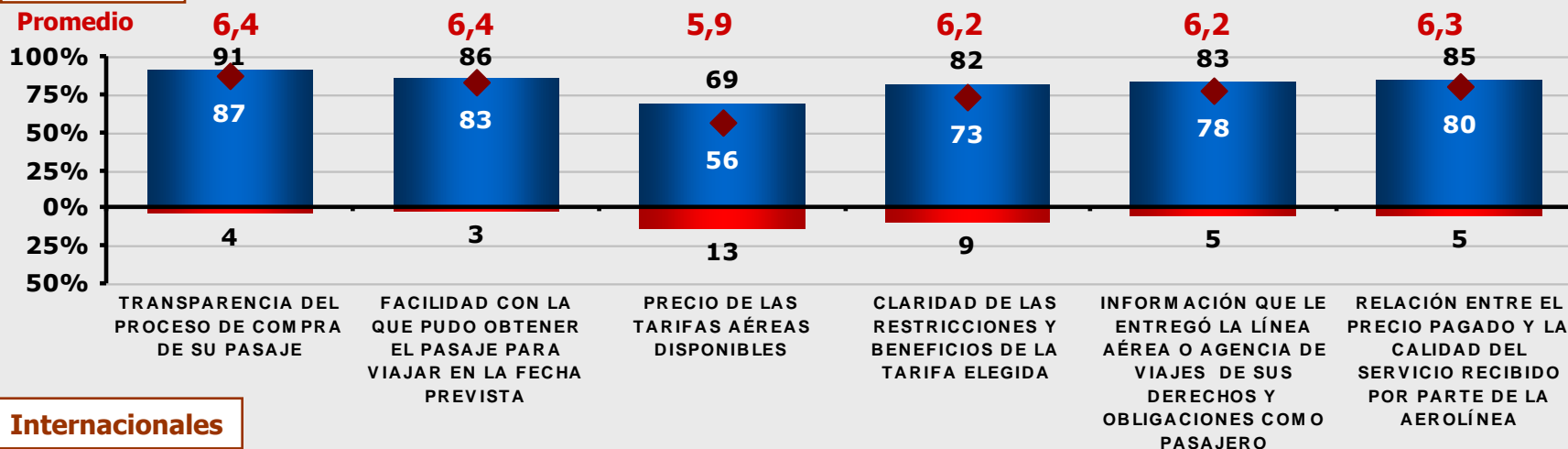
ATRIBUTOS PROCESO DE COMPRA DEL PASAJE

Cruce según tipo de vuelo

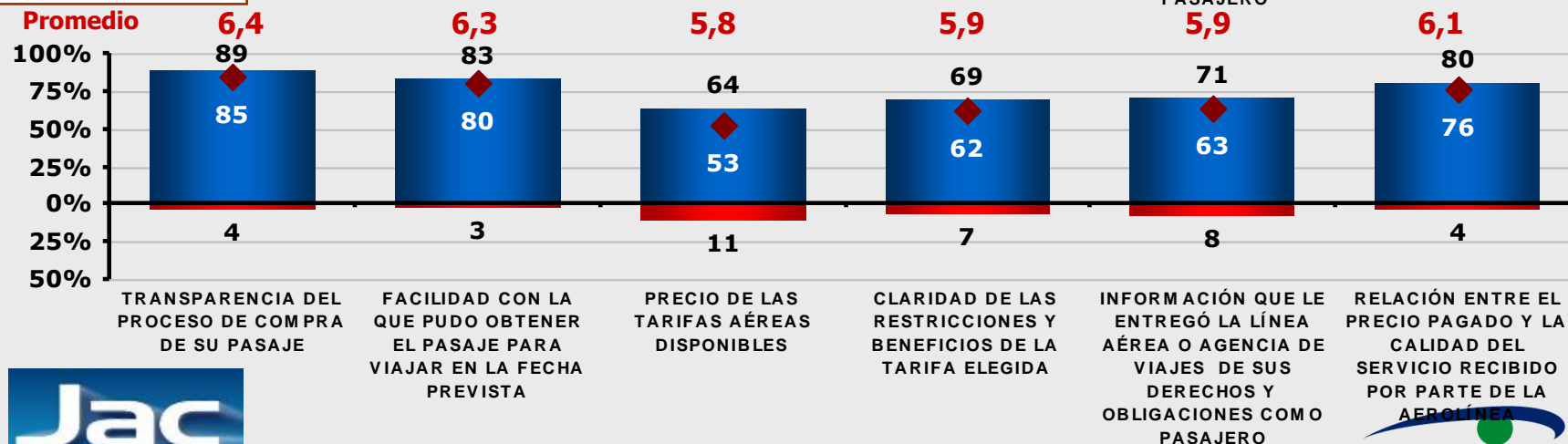
63

Pensando en el proceso de compra, de 1 a 7, como en el Colegio, ¿con qué nota evalúa ... ? (B: 744 casos que han comprado su pasaje efectivamente)

Nacionales



Internacionales



COMPRA DE PASAJES: RESTRICCIONES DE LA TARIFA

Cruce según tipo de vuelo

¿Usted conoce las restricciones de su tarifa ? (B:2340)

59%

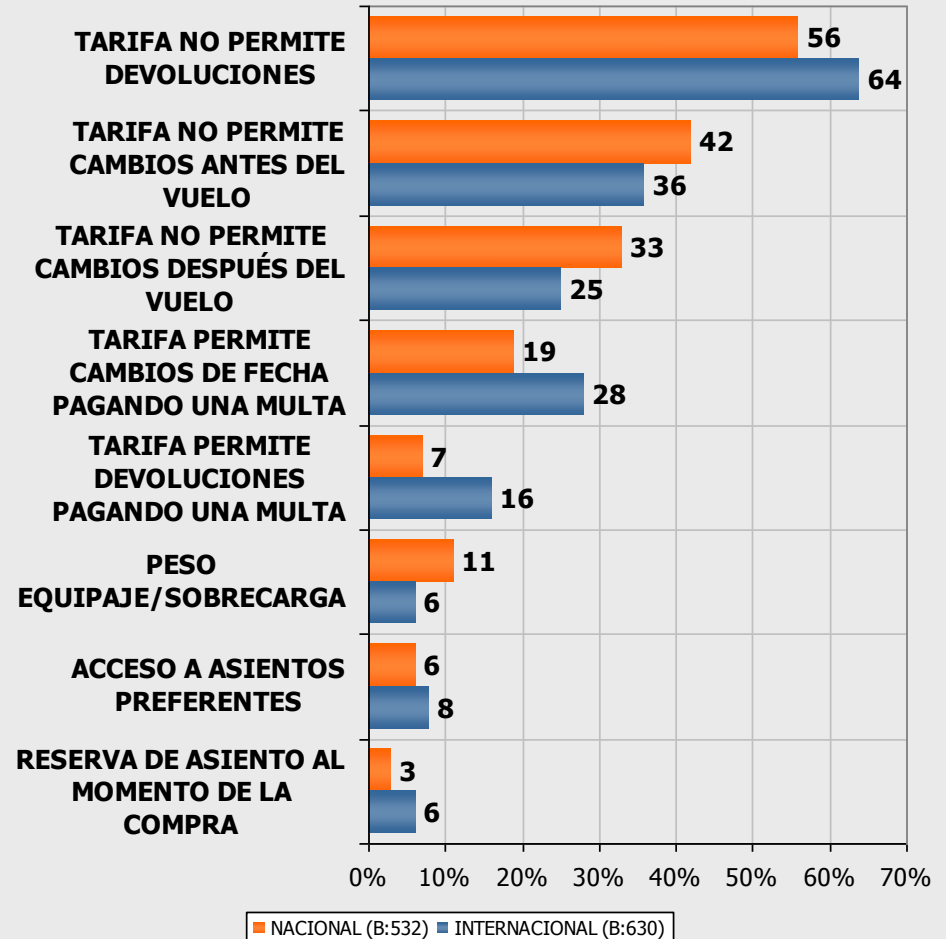
De aquellos que viajan en vuelos nacionales Si conoce las restricciones de su tarifa

51%

De aquellos que viajan en vuelos internacionales Si conoce las restricciones de su tarifa

¿Cuáles son las restricciones de su tarifa?

(B: Aquellos que conocen las restricciones, 1162 casos)



SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES, SEGÚN TIPO VUELO (1)

ANÁLISIS SEGÚN TIPO DE VUELO (NACIONAL / INTERNACIONAL)

65

- ✓ Los pasajeros de vuelos nacionales, que compraron su pasaje personalmente, eligieron la línea aérea en que volaban principalmente porque tienen programa de pasajero frecuente, por el precio y el hecho de que es la única opción para el destino elegido. En el caso de los pasajeros de vuelos internacionales, éstos eligieron la línea aérea por precio, era la única opción para el destino y en tercer lugar el programa de pasajero frecuente.
- ✓ La anticipación de compra de los pasajes, tanto en pasajeros de vuelos nacionales como internacionales, se hizo con un mes de antelación en la mayoría de los casos. Sin embargo es mayor la proporción de pasajeros de vuelos nacionales que compra con un mes de anticipación, esto con diferencia significativa. De la misma manera, en el caso de vuelos nacionales, los pasajeros también compran su pasaje con alrededor de 2 meses de anticipación (23%). En vuelos internacionales los pasajeros compran su pasaje con 2 (24%) e incluso 3 meses (19%) de anticipación.
- ✓ Los pasajeros de vuelos nacionales preferentemente compran su pasaje directamente en la aerolínea (56%), no así los pasajeros de vuelos internacionales que lo hacen tanto en la línea aérea como mediante una agencia de viajes. Esto con diferencia significativa.

SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES, SEGÚN TIPO VUELO (2)

66

- ✓ La modalidad de compra de los pasajes en el caso de vuelos nacionales se realiza principalmente vía Web, en segundo lugar aparece oficinas / sucursal. Un escenario algo diferente se presenta en vuelos internacionales, donde una gran parte de los pasajeros prefiere comprar su pasaje en las oficinas o sucursal de la línea aérea y/o agencia de viajes (esto con diferencia significativa) y en segundo lugar se prefiere vía Web.
- ✓ Entre aquellos pasajeros que compraron personalmente su pasaje (1093 casos) un 11% de aquellos que viajan en vuelos nacionales declara que su pasaje está incluido en un paquete de viaje, en cambio un 36% de los pasajeros que viajan en vuelos internacionales señala que esto es así. Se aprecia una mayor proporción de pasajes incluidos en paquetes de viaje, en pasajeros de vuelos internacionales, esto con diferencia significativa.
- ✓ Tanto pasajeros de vuelos nacionales como internacionales (que compraron personalmente su pasaje y este pasaje no estaba incluido en un paquete de viaje, 744 casos) buscaban tarifas económicas. De ellos una gran mayoría finalmente tuvo acceso a tarifas económicas. No se aprecian diferencias en los segmentos nacional o internacional.
- ✓ Respecto al precio del pasaje, en el caso de pasajeros que viajan en vuelos internacionales se señala que el precio fue mucho más influyente a la hora de decidir viajar con cierta línea aérea que en el caso de aquellos que viajan en vuelos nacionales. Esto con diferencia significativa.

SÍNTESIS PROCESO DE COMPRA DE PASAJES, SEGÚN TIPO VUELO (3)

67

- ✓ En el caso del horario del vuelo, se aprecia que esta variable no es influyente en los pasajeros a la hora de decidir con qué línea aérea viajar. Esto se aprecia tanto en pasajeros de vuelos nacionales e internacionales.
- ✓ Respecto a los atributos del proceso de compra no se aprecian diferencias significativas en el desempeño de la mayoría los atributos. Sin embargo, hay diferencias de evaluación en el caso de “la claridad de las restricciones y beneficios de la tarifa elegida” (en vuelo nacionales obtiene mejor evaluación que en vuelos internacionales) y en “la información que le entregó la línea aérea o agencia de viajes de sus derechos y obligaciones como pasajero” (en vuelos nacionales obtiene mejor evaluación que en internacionales).
- ✓ Prácticamente la mitad de los pasajeros que viajan en vuelos nacionales (59%) e internacionales (51%) declaran conocer las restricciones de la tarifa de su pasaje. Estas restricciones tienen relación con que la tarifa no permite devoluciones, no permite cambios antes del vuelo y no permite cambios después del vuelo, principalmente. En vuelos internacionales aparece tarifa permite cambios de fecha, pagando una multa.

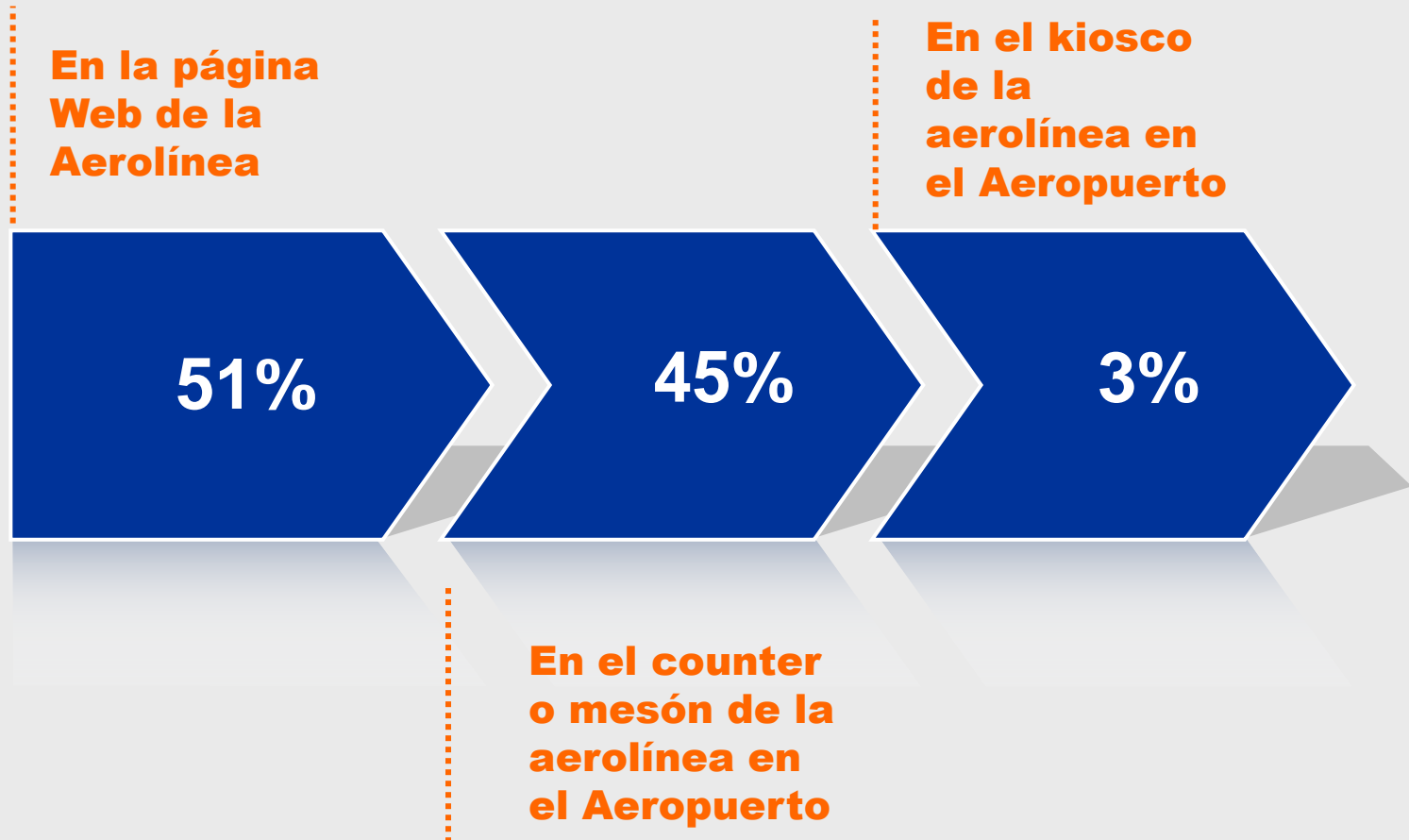


2.3

PROCESO DE CHECK IN Y EMBARQUE

PROCESO DE CHECK IN: LUGAR DONDE REALIZÓ SU CHECK IN

69



PROCESO DE CHECK IN: LUGAR DONDE REALIZÓ SU CHECK IN

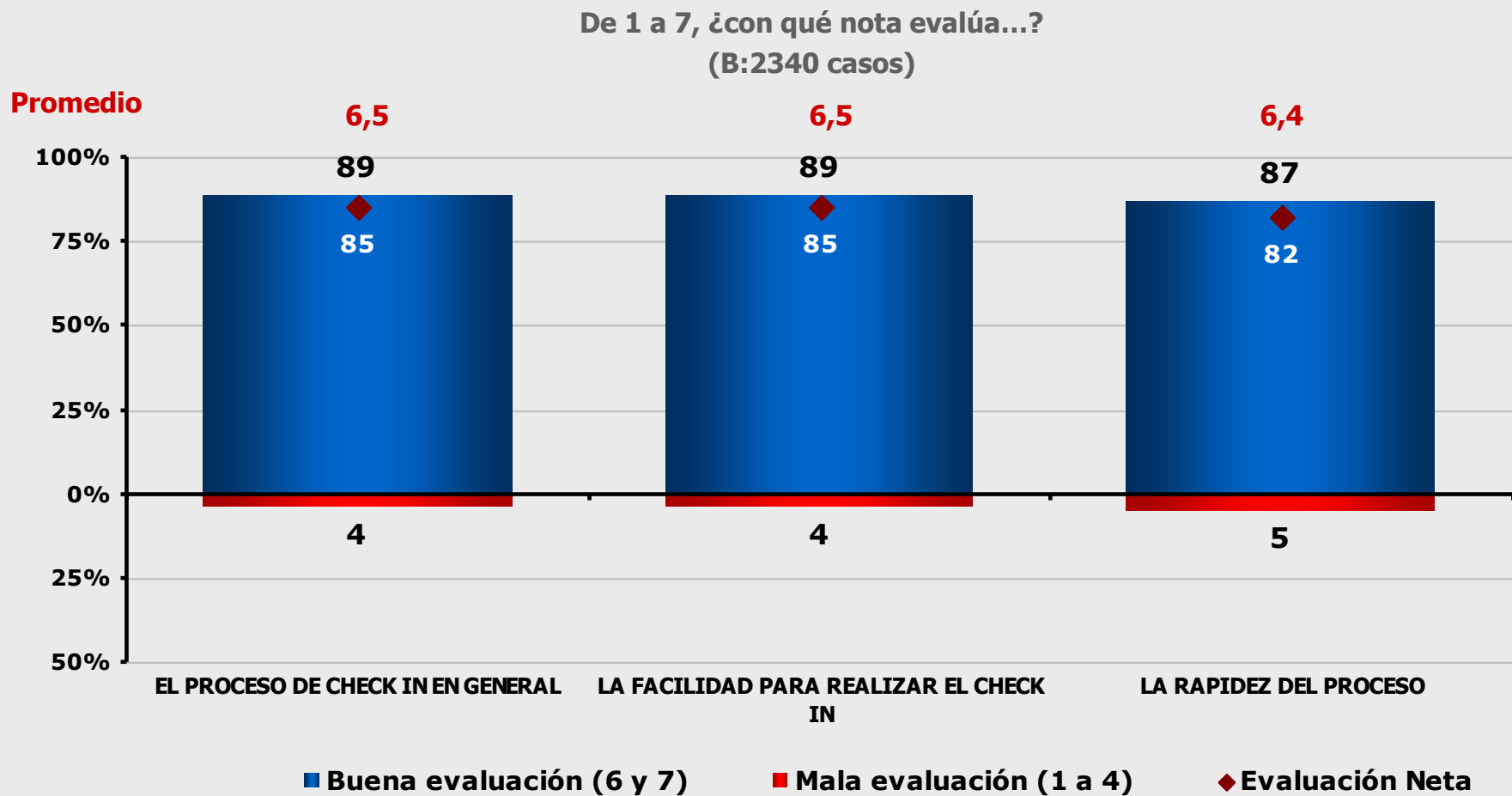
Cruce según variables sociodemográficas

70

	TOTAL	EDAD				SEXO		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60 AÑOS	HOMBRE	MUJER	ABC1	C2	C3	D/E
PÁGINA WEB AEROLÍNEA	51%	44%	57%	52%	47%	51%	51%	56%	53%	33%	28%
COUNTER DE LA AEROLÍNEA EN AEROPUERTO	45%	52%	40%	46%	47%	46%	45%	41%	44%	64%	62%
KIOSCO DE AEROLÍNEA EN AEROPUERTO	3%	3%	3%	3%	2%	2%	4%	3%	3%	2%	8%
BASE:	2340	678	882	593	187	1348	992	1171	827	280	62

ATRIBUTOS PROCESO DE CHECK IN

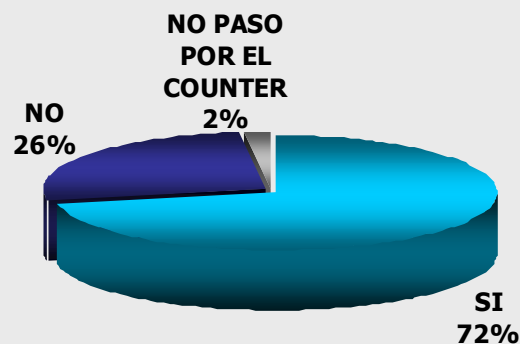
71



PROCESO DE CHECK IN: INFORMACIÓN SOBRE ARTÍCULOS PELIGROSOS

72

En su paso por el counter de la línea aérea ¿Ud. fue informado sobre los artículos peligrosos que NO puede transportar en su equipaje? (B: 2340 casos)

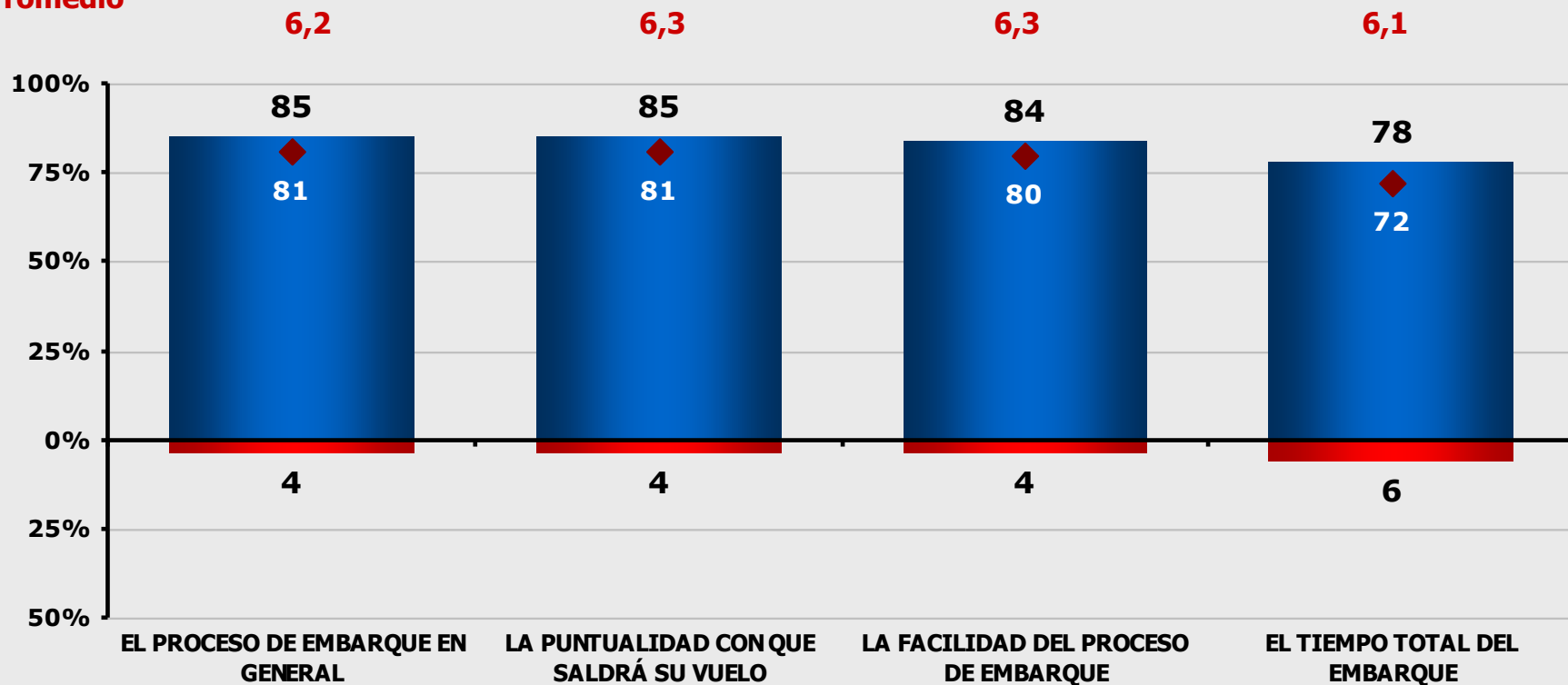


ATRIBUTOS PROCESO DE EMBARQUE

73

Considerando como se está desarrollando el proceso de embarque hasta ahora, con notas de 1 a 7 ¿cómo evaluaría los siguientes aspectos...? (B:2340 casos)

Promedio



■ Buena evaluación (6 y 7)

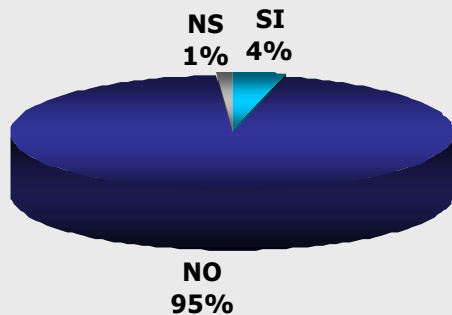
■ Mala evaluación (1 a 4)

◆ Evaluación Neta

PROCESO DE EMBARQUE : INFORMACIÓN SOBRE RETRASOS DEL VUELO

74

Hasta este momento, ¿Le han avisado sobre algún retraso en la salida de su vuelo?
(B.2340)

**56,1**

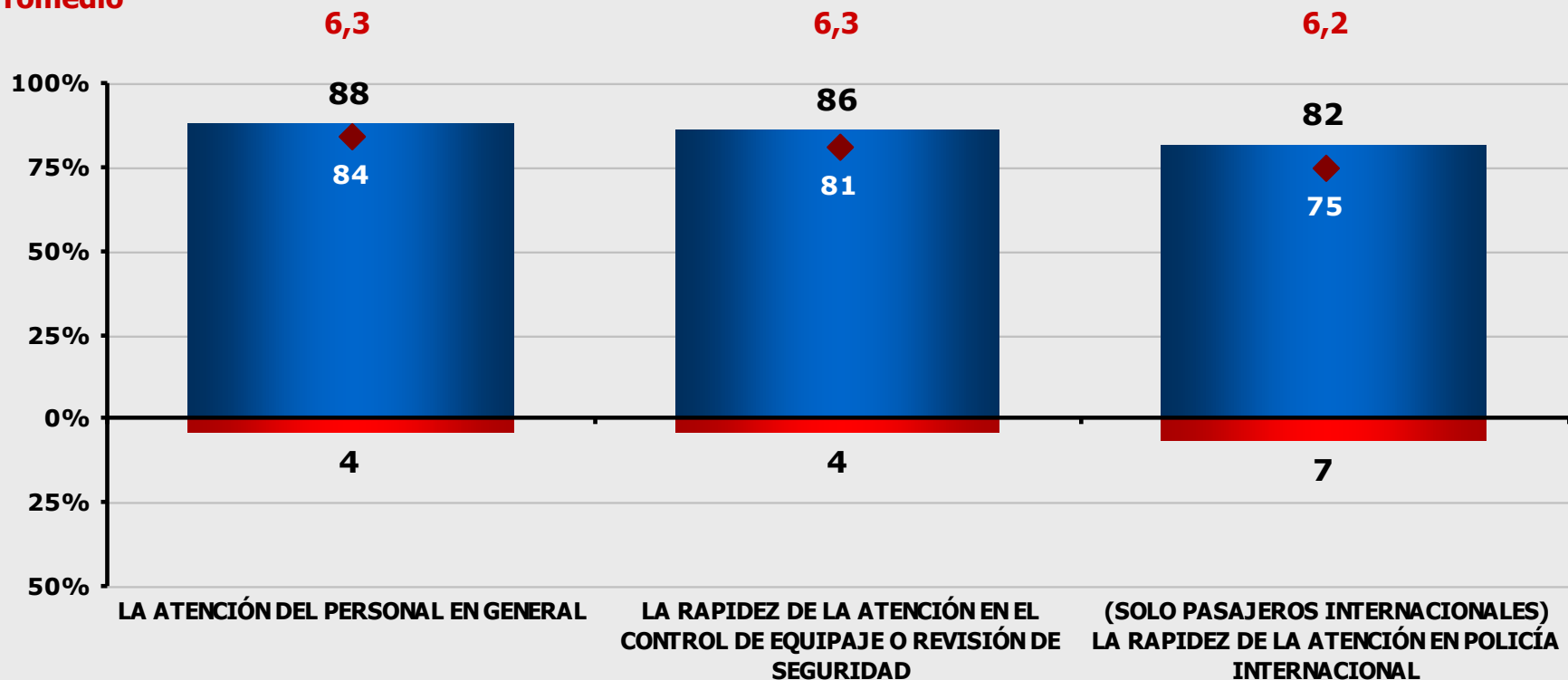
Minutos de atraso es el promedio de minutos de atraso para quienes fueron avisados (B:145 casos)

ATRIBUTOS DE LA ATENCIÓN EN EL AEROPUERTO

75

Considerando la atención recibida en diversos puntos del Aeropuerto hasta ahora, de 1 a 7 ¿cómo evalúa...? (B:2340 casos)

Promedio



■ Buena evaluación (6 y 7)

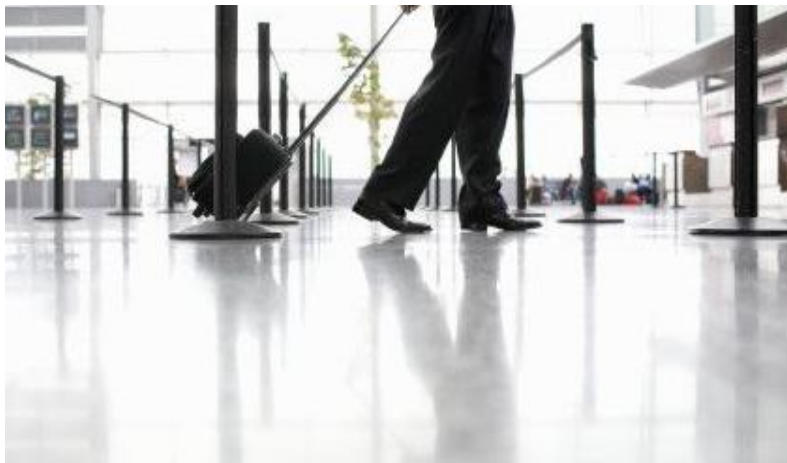
■ Mala evaluación (1 a 4)

◆ Evaluación Neta

SÍNTESIS CHECK IN Y EMBARQUE (1)

76

- ✓ El 51% de los entrevistados señala haber realizado su Check In mediante la página web de la aerolínea , un 45% señala que lo hizo en el Counter de la aerolínea en el aeropuerto.
- ✓ Los atributos del proceso de Check In obtienen altas evaluaciones, no se aprecian inconvenientes.
- ✓ Un 72% de los entrevistados que pasó por el counter de la aerolínea señala que SI fue informado de los artículos peligrosos que no puede transportar en su equipaje.
- ✓ Los atributos del proceso de Embarque obtienen altas evaluaciones, y no presentan mayores inconvenientes.
- ✓ Solamente a un 4% de los entrevistados le han comunicado de un retraso en su vuelo.
- ✓ La atención en el Aeropuerto es bien evaluada, con altos porcentajes de Satisfacción.



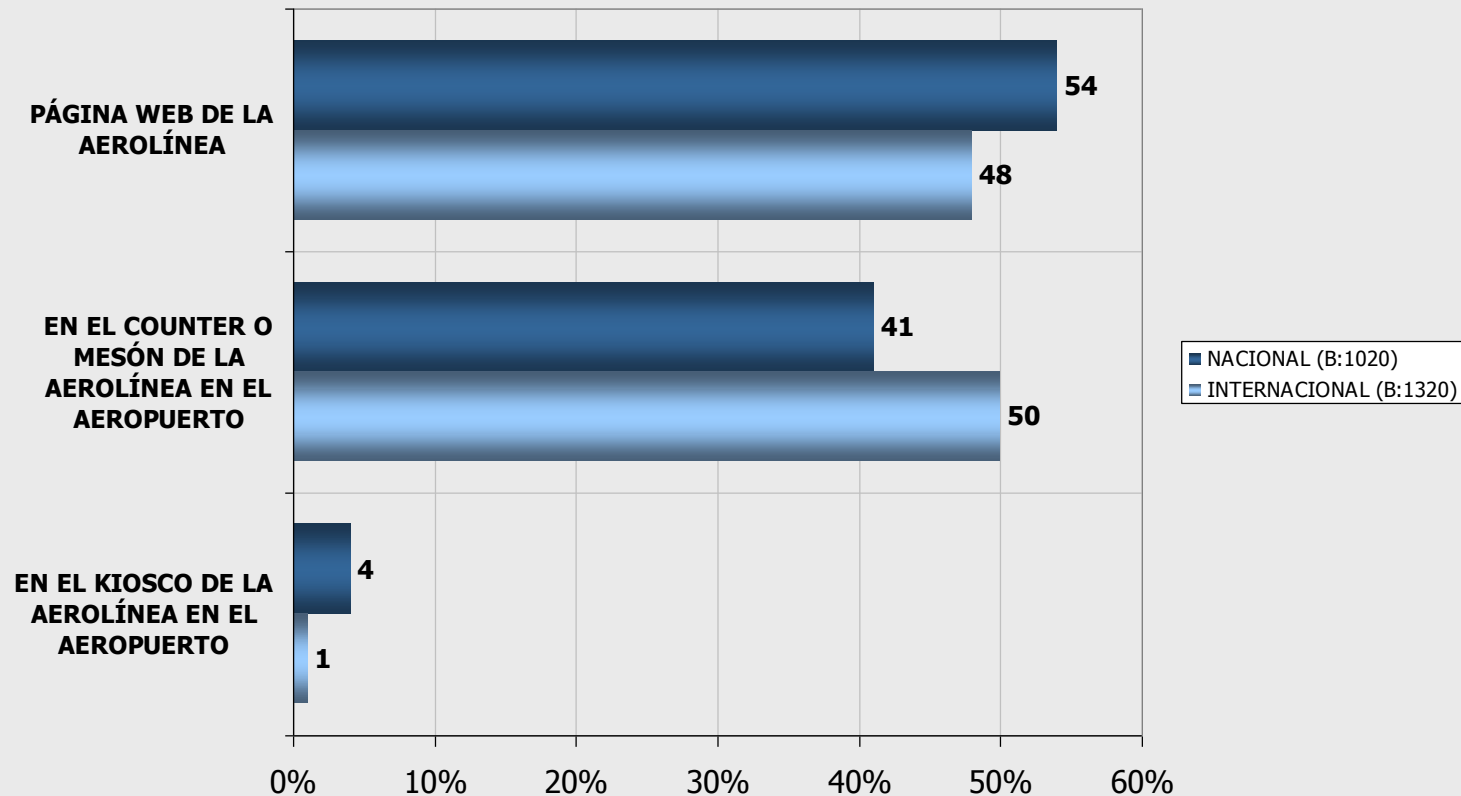
2.3.1

PROCESO DE CHECK IN Y EMBARQUE, SEGÚN TIPO DE VUELO (ANÁLISIS ESPECIAL)

PROCESO DE CHECK IN: LUGAR DONDE REALIZÓ SU CHECK IN

Cruce según tipo de vuelo

78



ATRIBUTOS PROCESO DE CHECK IN

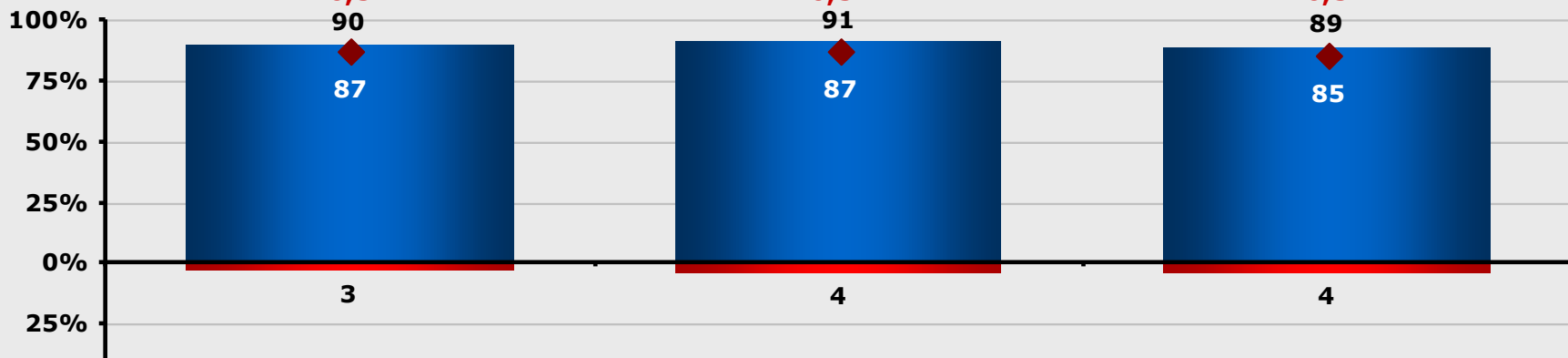
Cruce según tipo de vuelo

De 1 a 7, ¿con qué nota evalúa...?
(B:2340 casos)

79

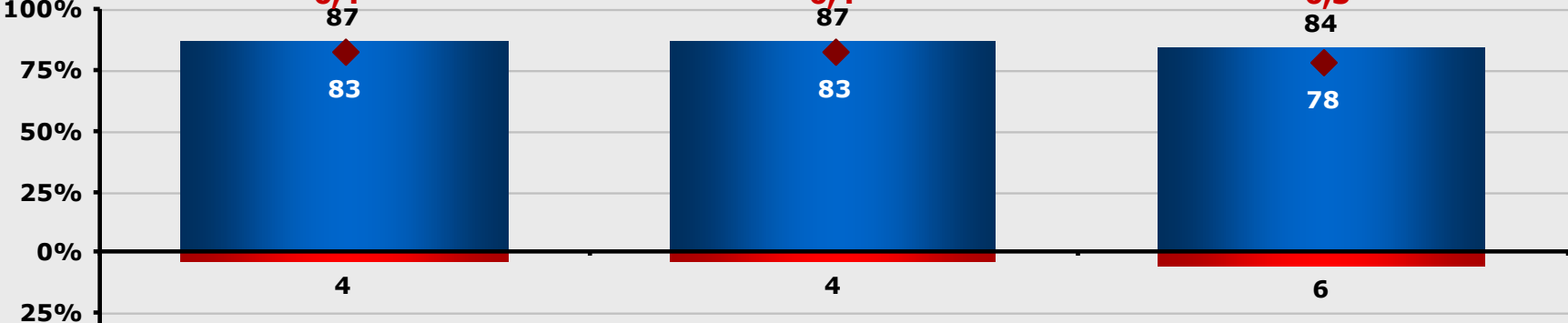
Nacionales

Promedio



Internacionales

Promedio



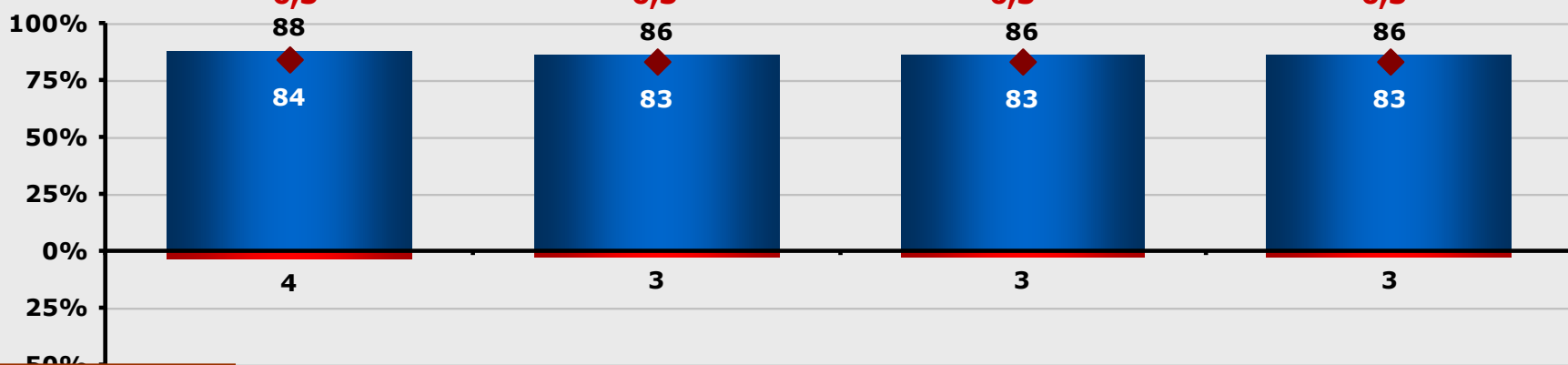
ATRIBUTOS PROCESO DE EMBARQUE

Cruce según tipo de vuelo

Considerando como se está desarrollando el proceso de embarque hasta ahora, con notas de 1 a 7 ¿cómo evaluaría los siguientes aspectos...? (B:2340 casos)

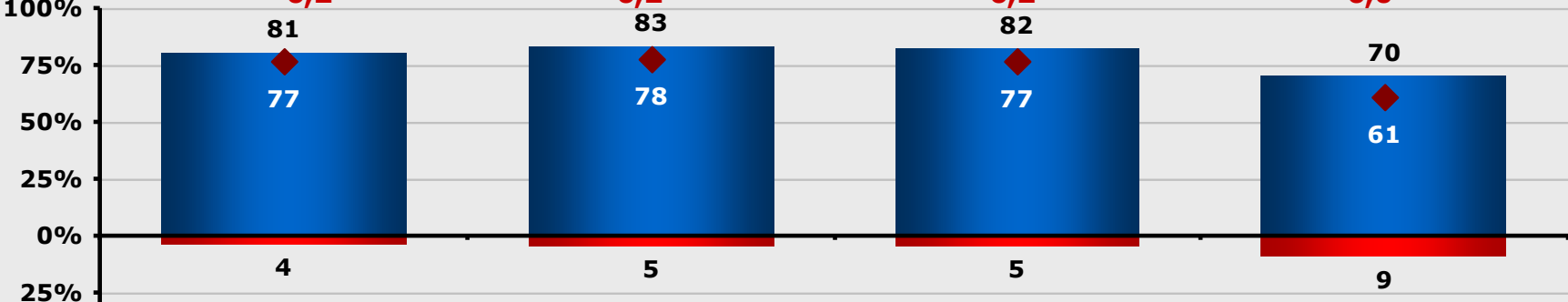
Nacionales

Promedio



Internacionales

Promedio



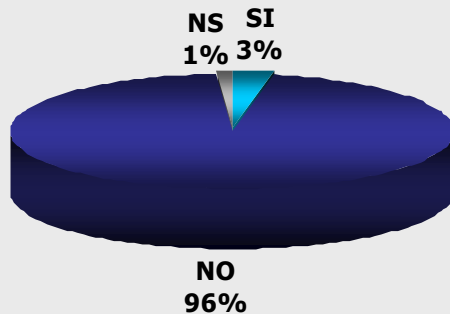
PROCESO DE EMBARQUE : INFORMACIÓN SOBRE RETRASOS DEL VUELO

Cruce según tipo de vuelo

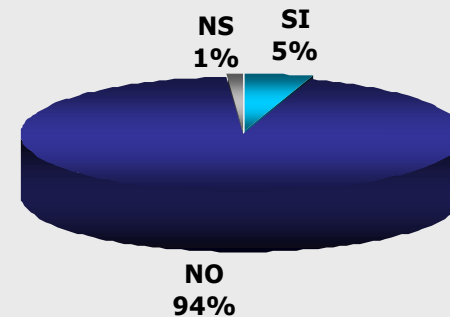
81

Hasta este momento, ¿Le han avisado sobre algún retraso en la salida de su vuelo?
(B.2340)

NACIONAL
(B:1020)



INTERNACIONAL
(B:1320)



44,1

Minutos de atraso es el promedio de minutos de atraso para quienes fueron avisados en vuelos nacionales (B:80 casos)

63,0

Minutos de atraso es el promedio de minutos de atraso para quienes fueron avisados en vuelos internacionales (B: 65 casos)

ATRIBUTOS DE LA ATENCIÓN EN EL AEROPUERTO

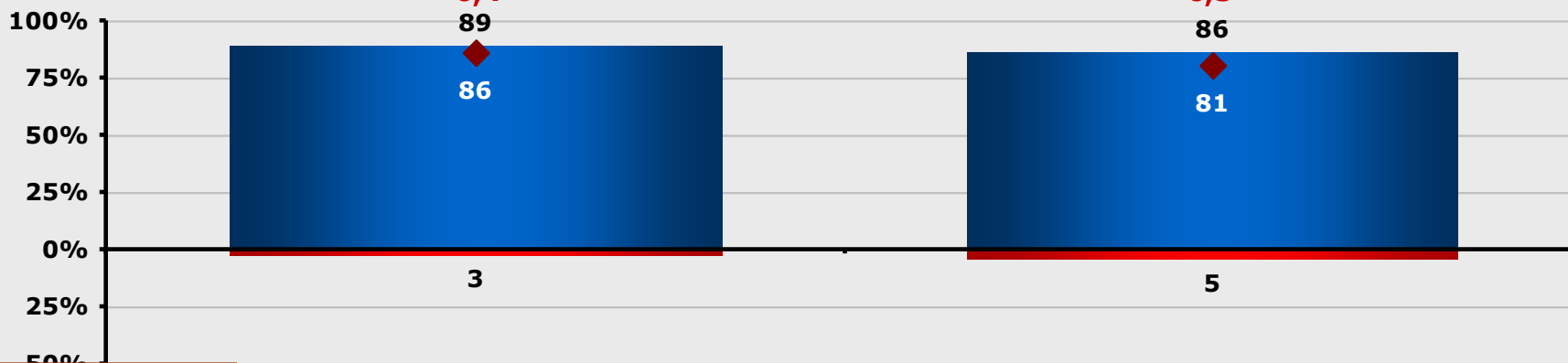
Cruce según tipo de vuelo

82

Considerando la atención recibida en diversos puntos del Aeropuerto hasta ahora, de 1 a 7 ¿cómo evalúa...? (B:2340 casos)

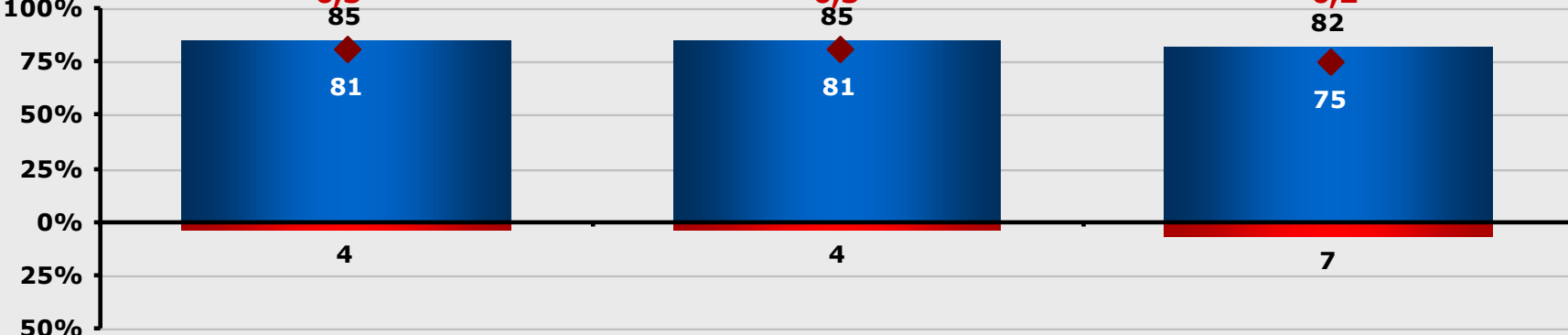
Nacionales

Promedio



Internacionales

Promedio



SÍNTESIS CHECK IN Y EMBARQUE, SEGÚN TIPO DE VUELO (1)

83

- ✓ El Check In en pasajeros de vuelos nacionales e internacionales se realiza en la página web de la aerolínea y en el counter de ésta en el aeropuerto, no hay diferencia significativa en este punto en vuelos nacionales e internacionales.
- ✓ En cuanto a los atributos del proceso de Check In se aprecian diferencias (significativas) en la evaluación de éstos. Los atributos presentan evaluaciones levemente mejores en el caso de los pasajeros de vuelos nacionales. Sin embargo las evaluaciones son sumamente satisfactorias en el segmento nacional e internacional.
- ✓ En el caso de los atributos del proceso de Embarque, éstos también presentan diferencias (significativas) en su evaluación. Nuevamente se aprecia un mejor desempeño en los atributos de pasajeros de vuelos nacionales que en internacionales. Sin embargo las evaluaciones son sumamente satisfactorias.
- ✓ Respecto a la salida de los vuelos, hay una leve diferencia en la proporción de pasajeros que señala que le han avisado de algún retraso en su vuelo. En pasajeros de vuelos internacionales es de 5% y en nacionales es de 3%, lo que continúa siendo una mínima proporción de la muestra entrevistada. Sin embargo, para quienes le han avisado de atrasos en su itinerario, este atraso es significativamente más alto en vuelos internacionales.

SÍNTESIS CHECK IN Y EMBARQUE, SEGÚN TIPO DE VUELO (2)

84

✓En cuanto a los atributos de la atención en el Aeropuerto se aprecia una diferencia en la evaluación de “atención del personal” que recibe una evaluación levemente más alta en pasajeros de vuelos nacionales. Los restantes atributos no presentan diferencias. Cabe destacar que las evaluaciones son altas, satisfactorias y con promedios sobre 6,2.

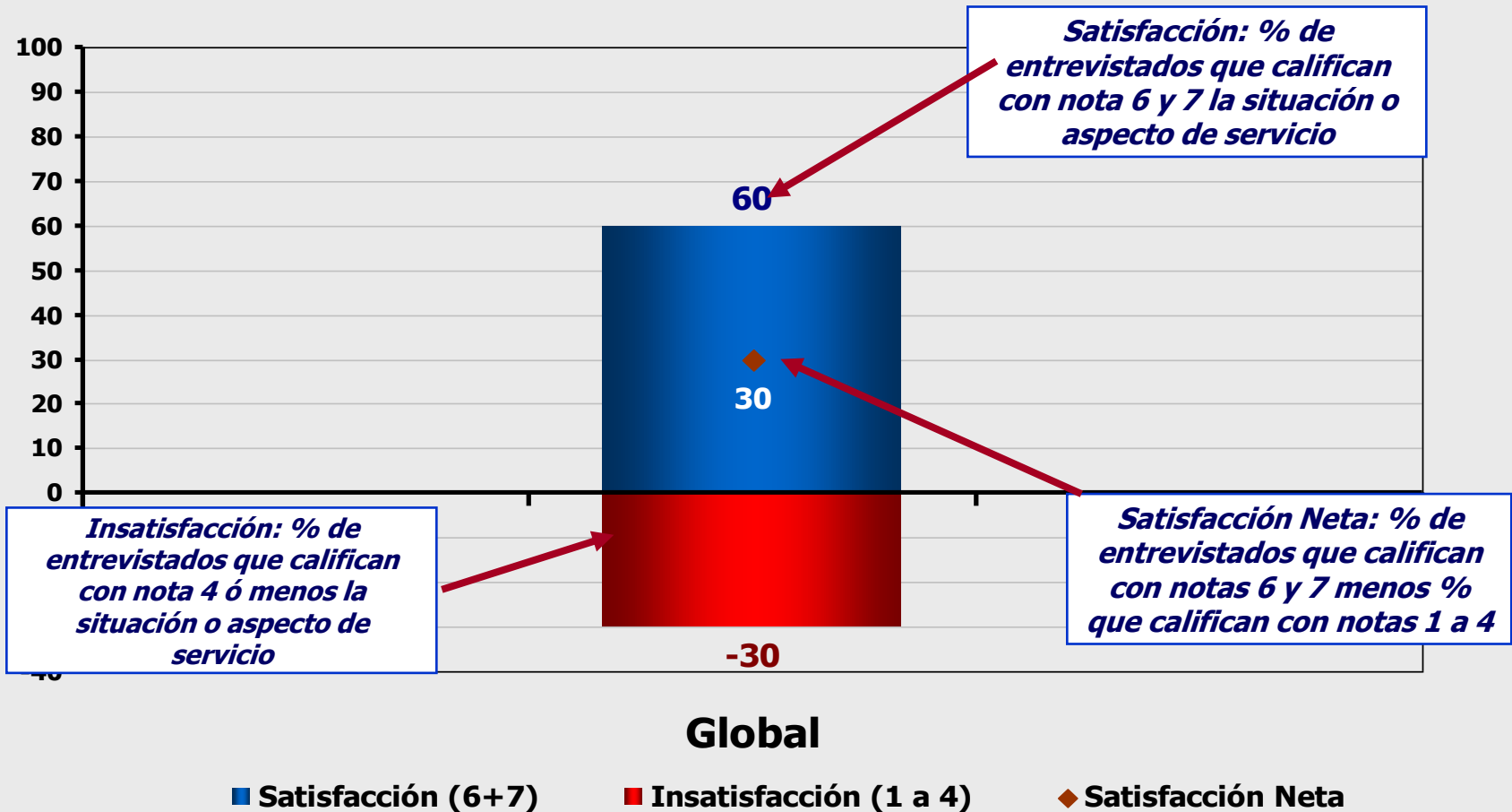


2.4

EVALUACIÓN DEL SISTEMA DE TRANSPORTE AEREO EN CHILE

EJEMPLO PRESENTACIÓN DE LOS RESULTADOS

86



A continuación se presentan los resultados del Informe de Procalidad del Primer semestre de 2009. Estos datos son obtenidos mediante un estudio de entrevistas telefónicas realizadas a personas mayores de 18 años, que viven en las regiones Metropolitana, V y VIII.

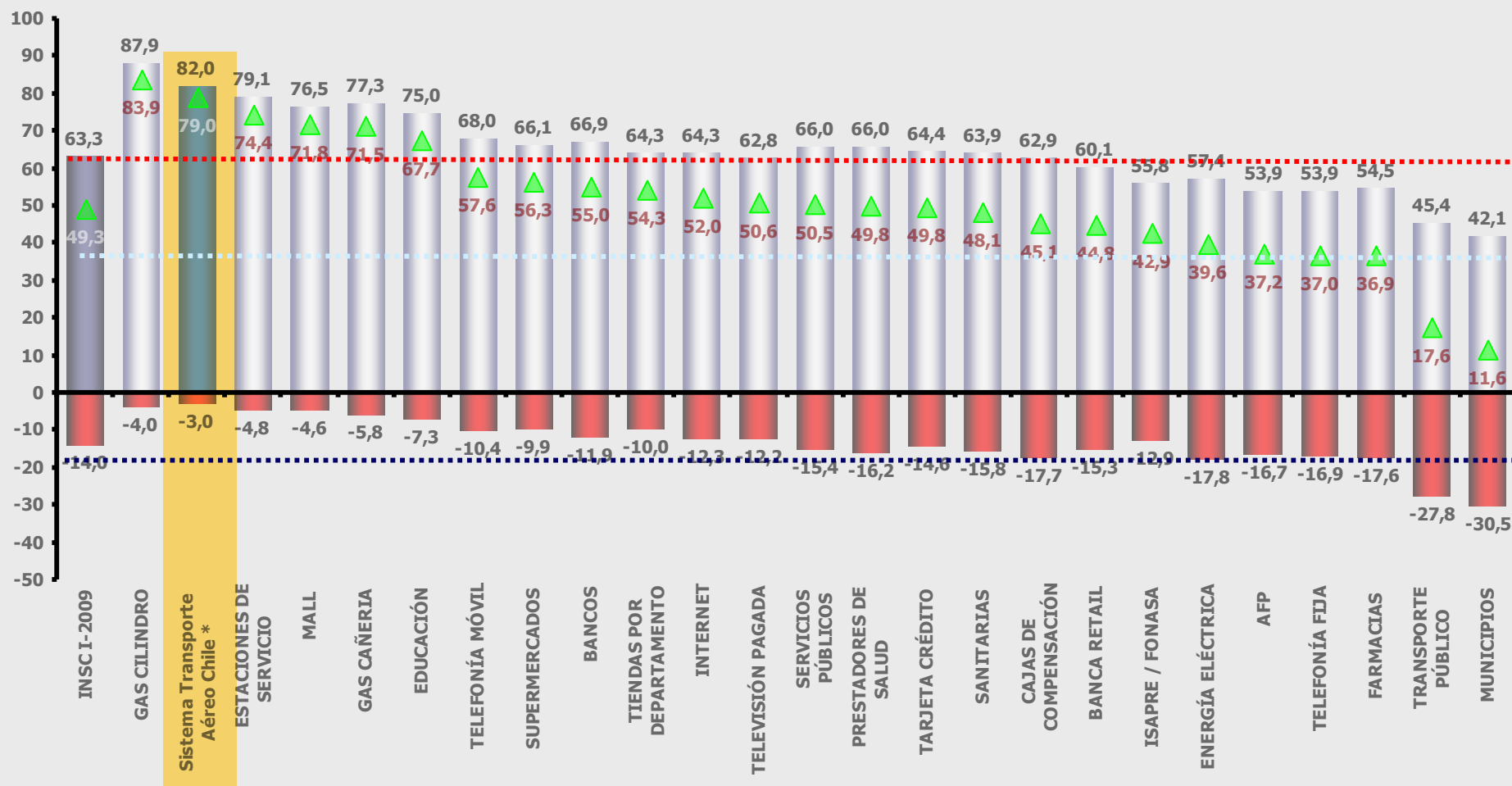
El objetivo de este estudio es “Entregar información de los clientes de las empresas de servicio del país con mayor penetración, respecto a la oferta de valor que reciben en los diferentes sectores con los que interactúan”.

La idea es ubicar la evaluación del sistema de transporte aéreo de Chile en comparación con otras evaluaciones de los diversos sectores de la economía del país. Las evaluaciones obtenidas en este estudio de Procalidad son medidas en una escala de notas de 1 a 7, al igual que en este estudio de servicio de transporte aéreo en Chile.

Satisfacción Global con el Servicio

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2009

88

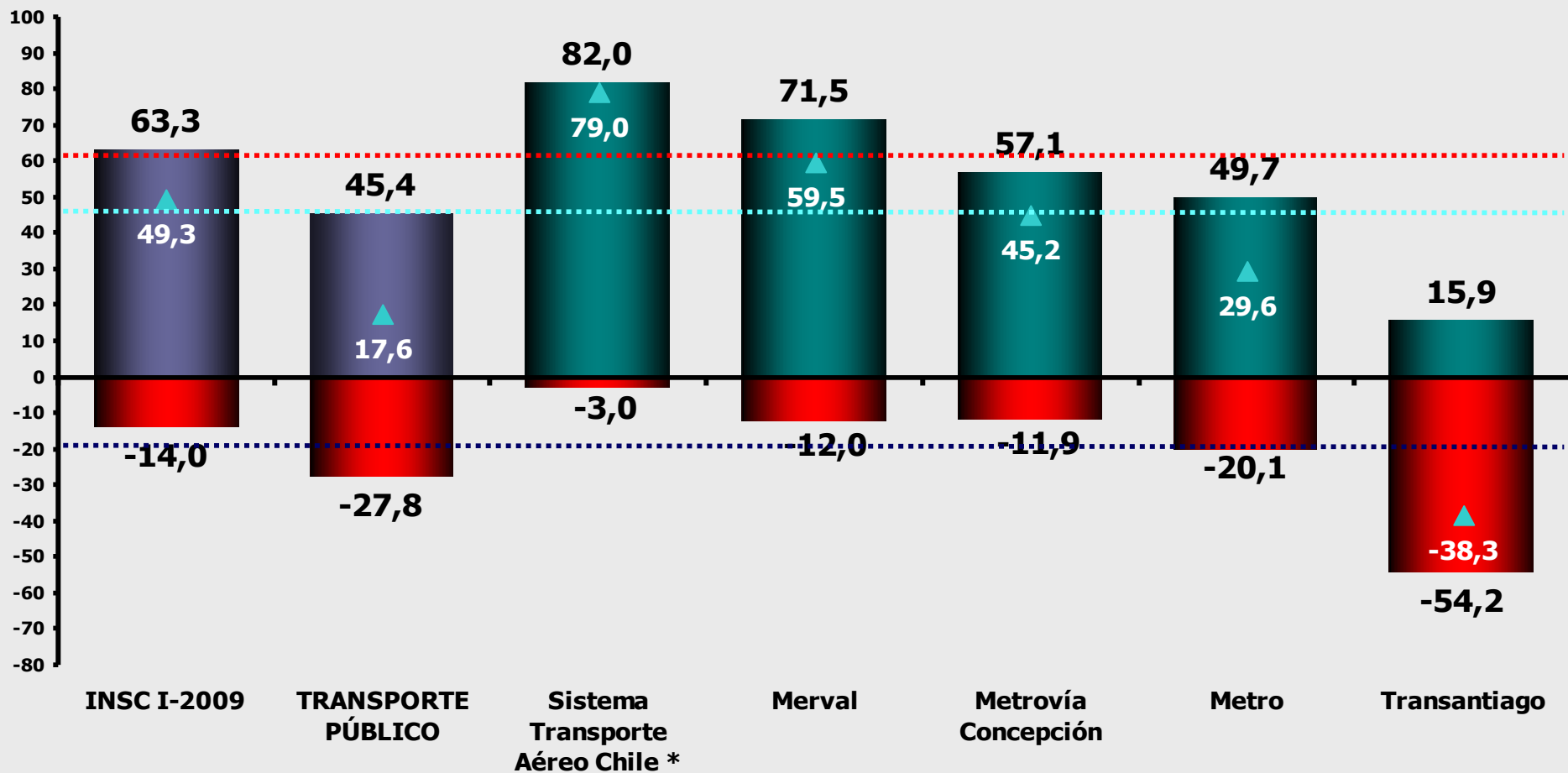


* Se muestra la evaluación obtenida por el Sistema de Transporte Aéreo de Chile

Sector Transporte Público

En general, ¿Cuán satisfecho está usted con el servicio que le entrega.... En una escala de 1 a 7
PRIMER SEMESTRE 2009

89



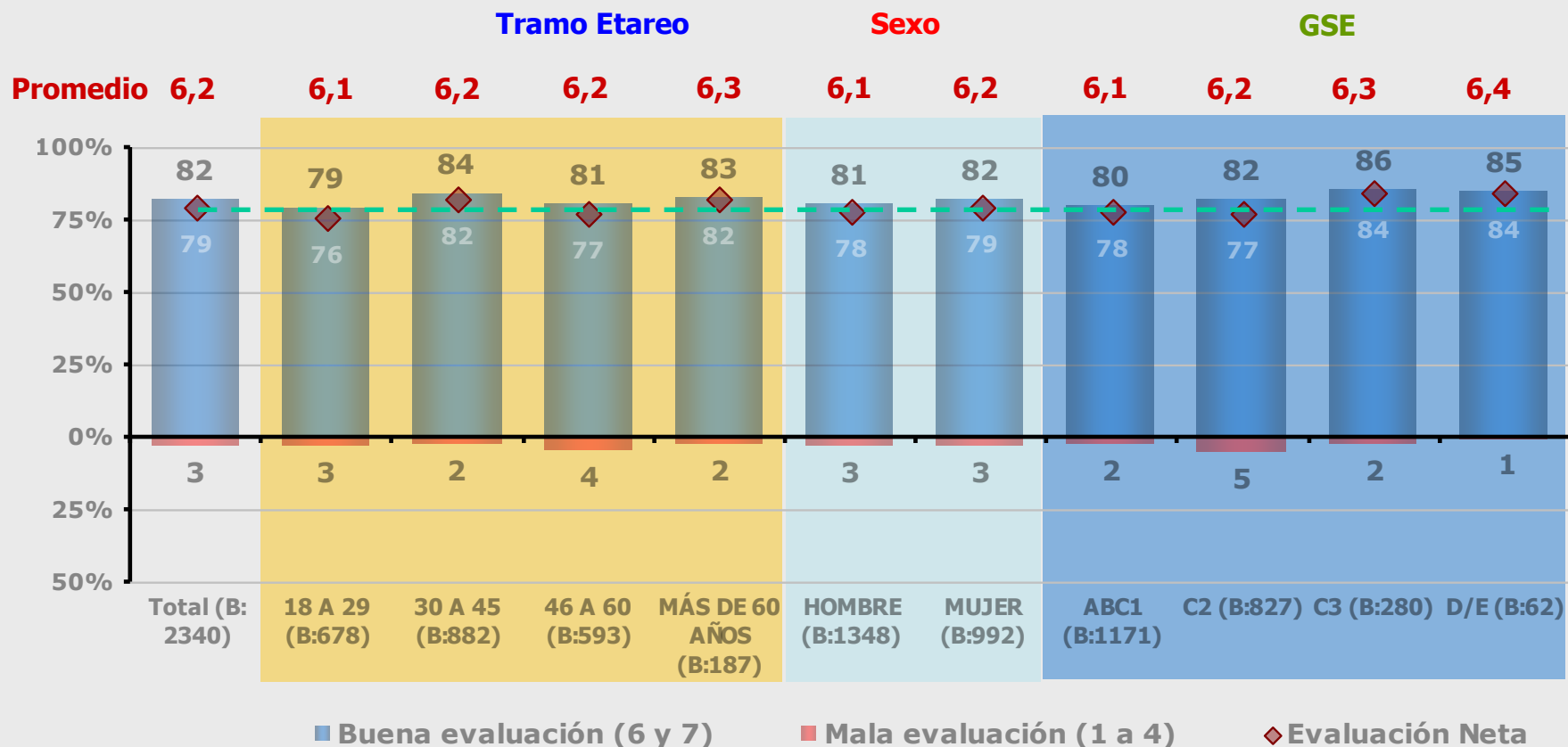
Se presentan los resultados de Evaluación del Sistema de Transporte Aéreo de Chile:

EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Cruce según variables sociodemográficas

(Base: Total muestra, 2340 casos)

91



MOTIVOS DE EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Notas 1 a 4

92

¿Por qué Ud. califica con esa nota?
(B: Quienes evalúan con notas 1 a 4, 66 casos)

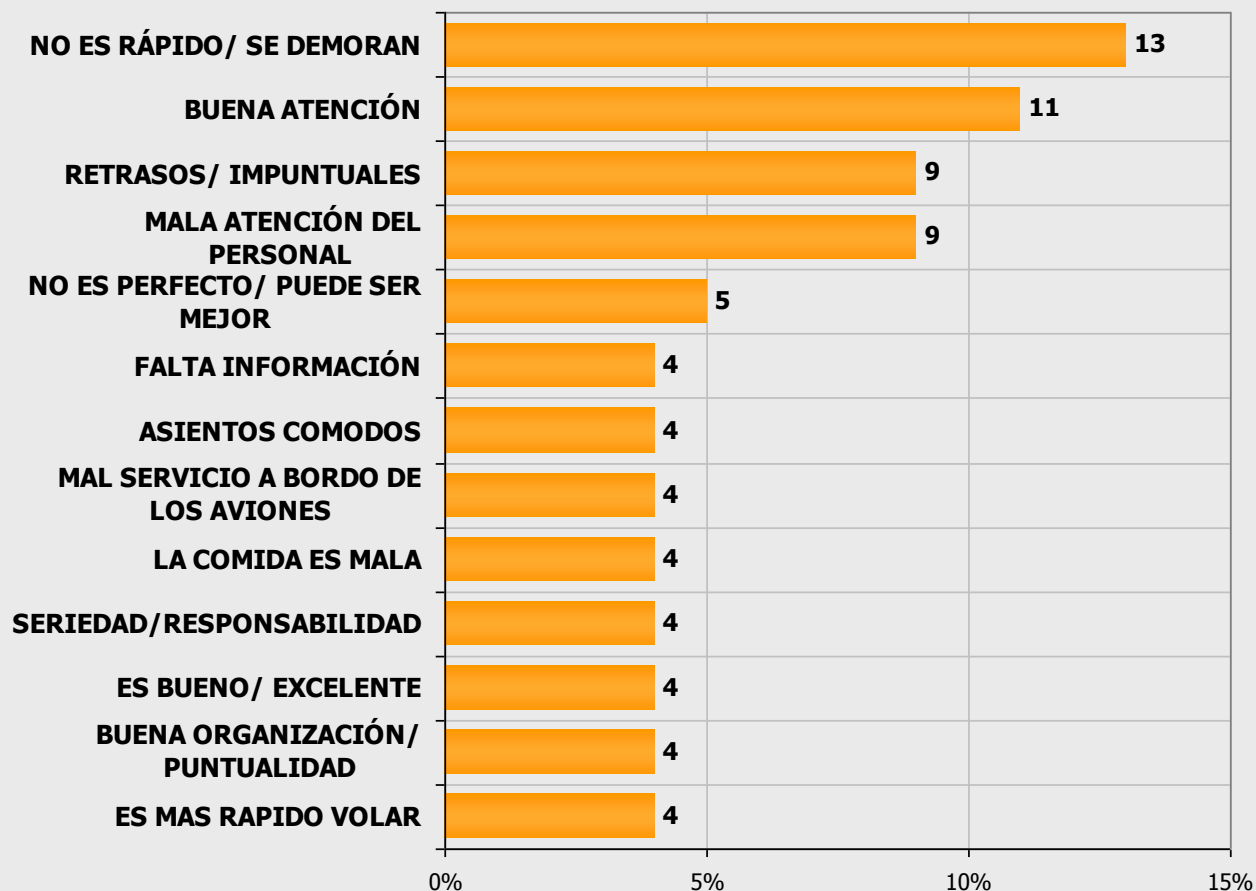


MOTIVOS DE EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Notas 5 y 6

93

¿Por qué Ud. califica con es nota?
(B: Quienes evalúan con notas 5 y 6, 1229 casos)

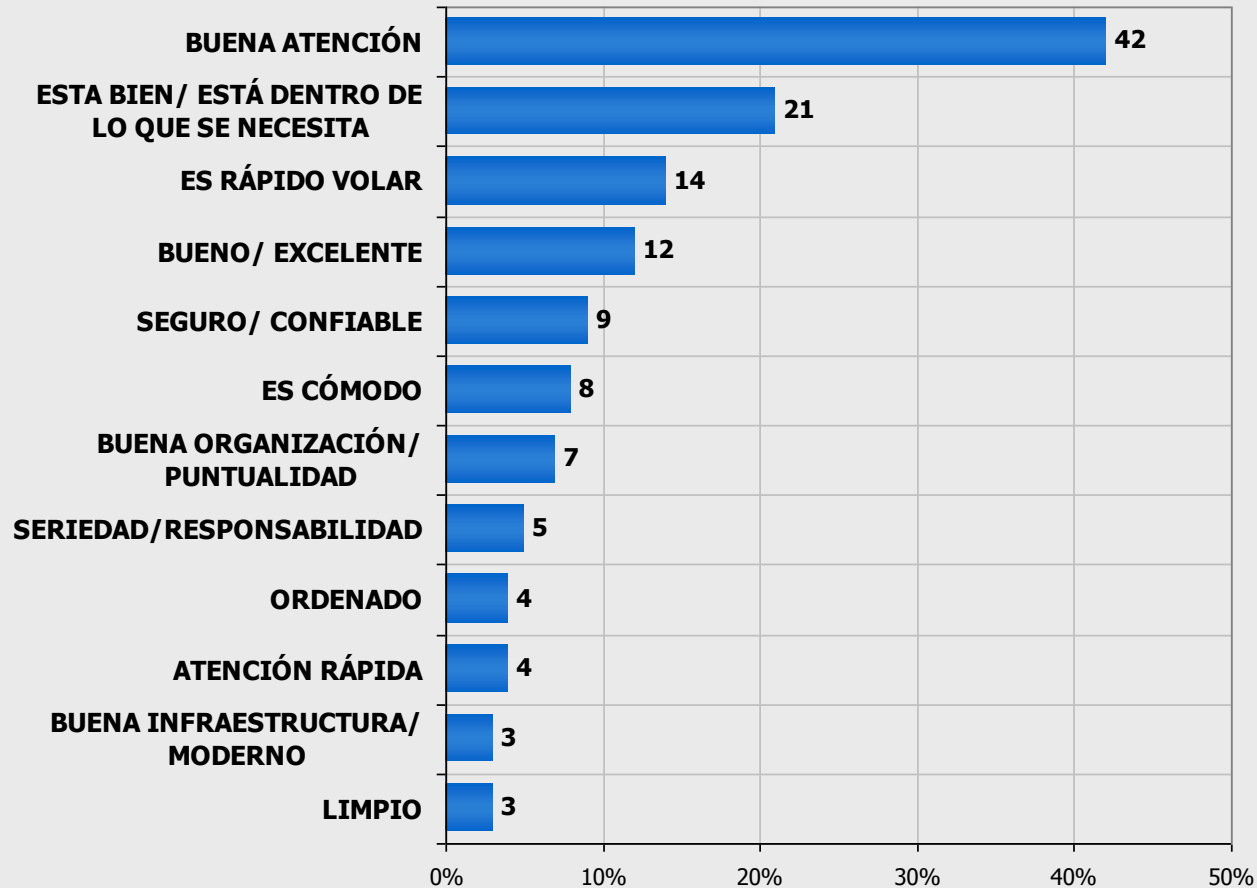


MOTIVOS DE EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Notas 7

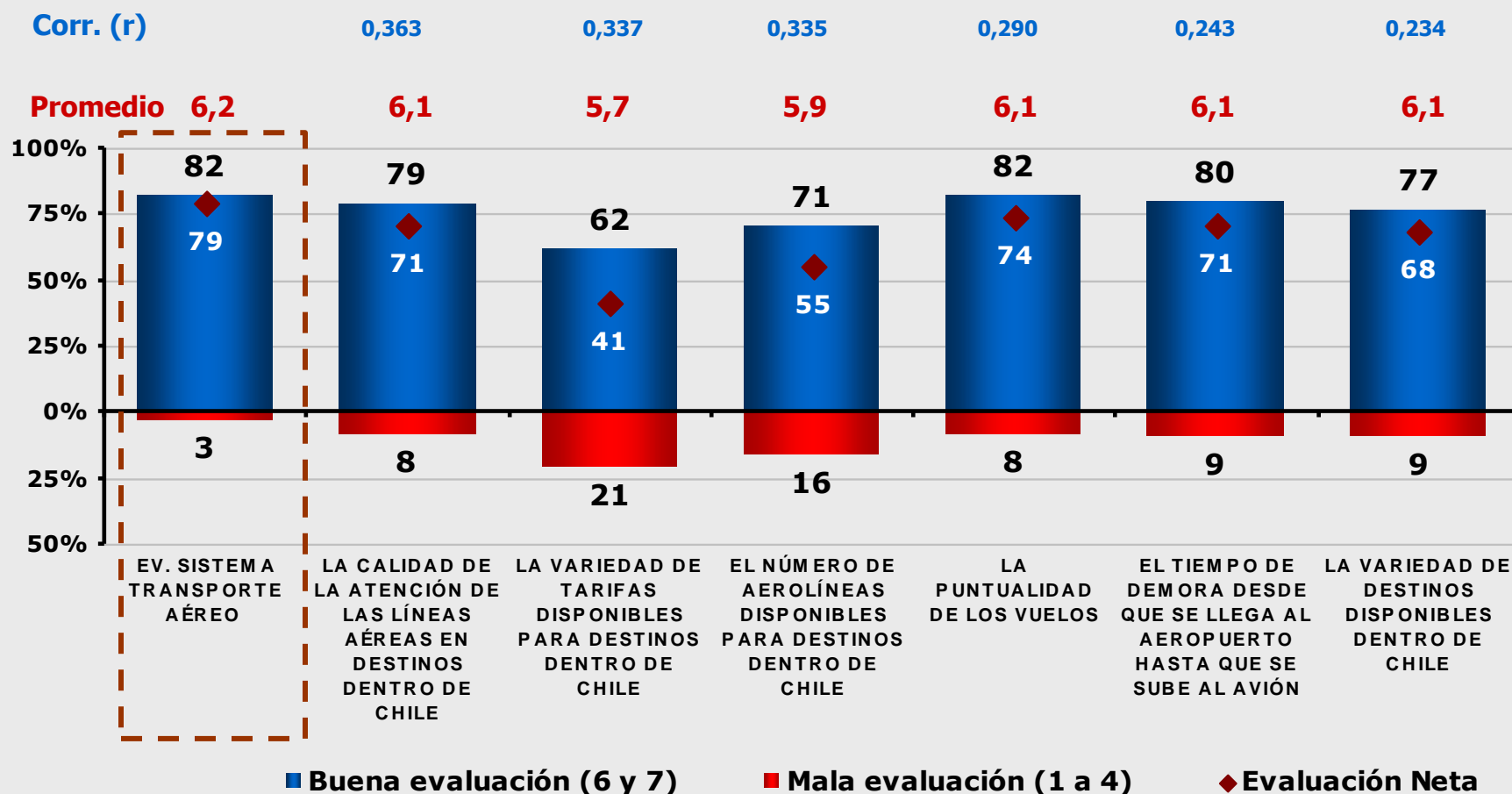
94

¿Por qué Ud. califica con es nota?
(B: Quienes evalúan con notas 7, 1045 casos)



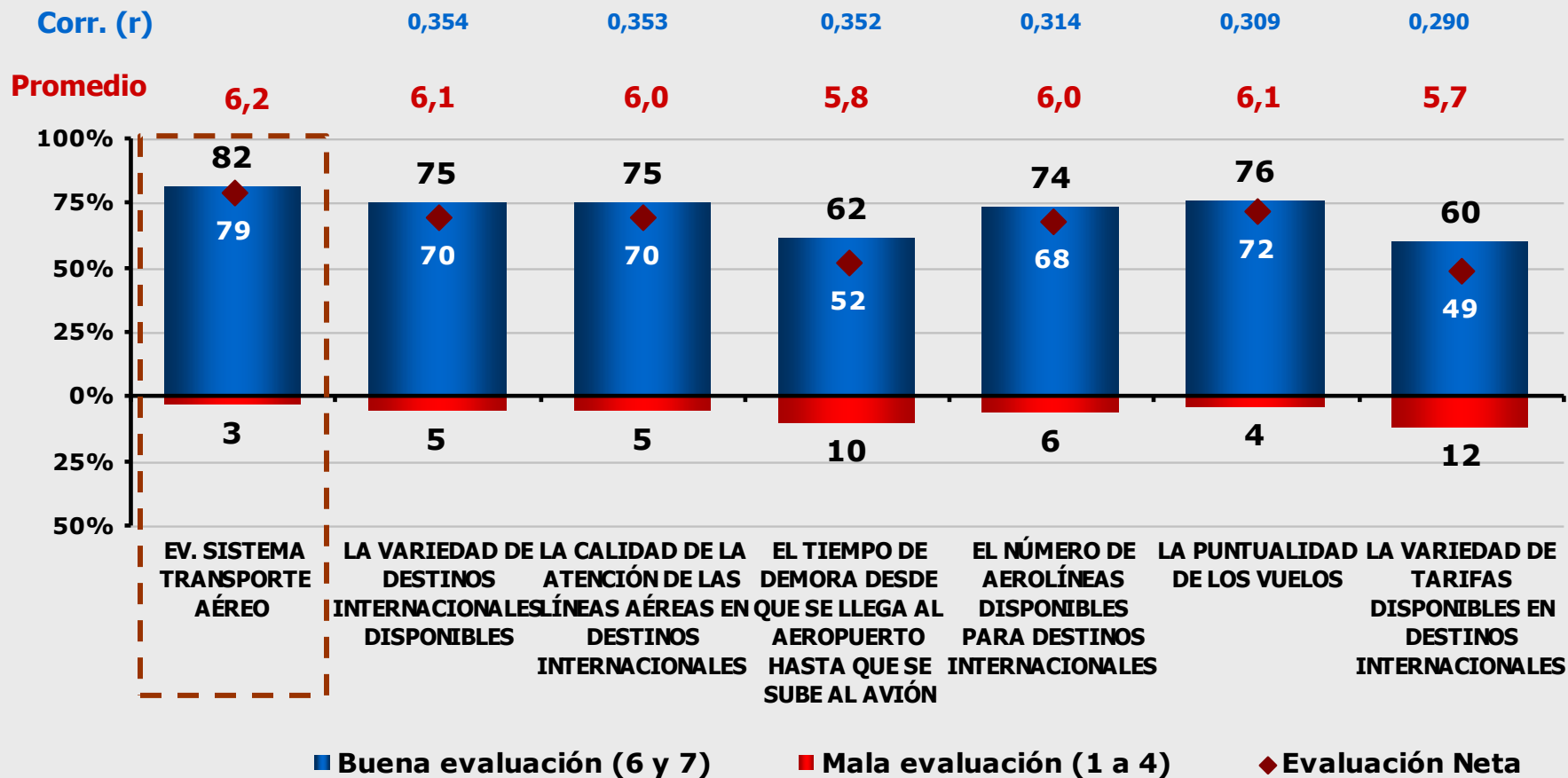
PASAJEROS VUELOS NACIONALES: EVALUACION ASPECTOS DEL SISTEMA TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

95



PASAJEROS VUELOS INTERNACIONALES : EVALUACION ASPECTOS DEL SISTEMA TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

96

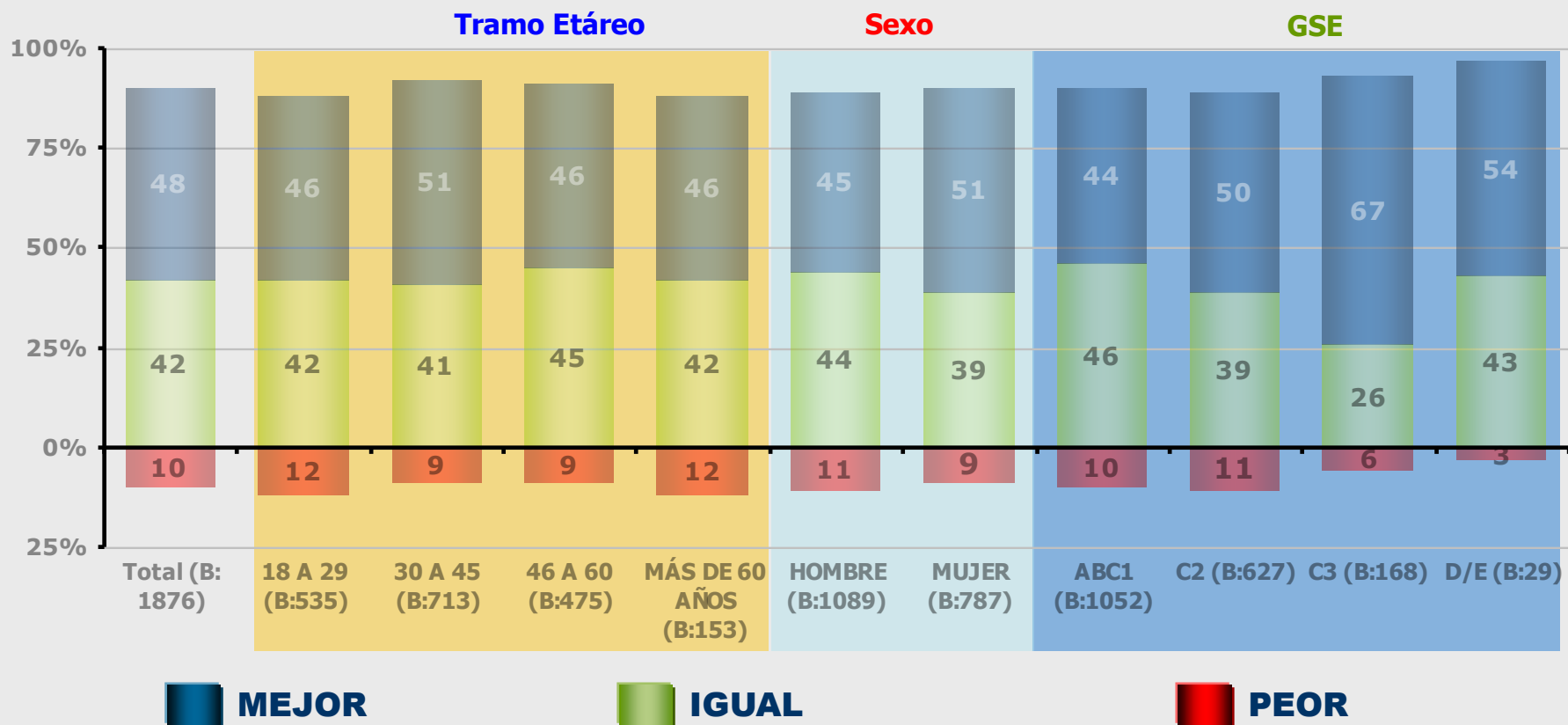


COMPARACIÓN DE AEROPUERTO DE SANTIAGO CON OTROS TERMINALES AÉREOS

Cruce según variables sociodemográficas

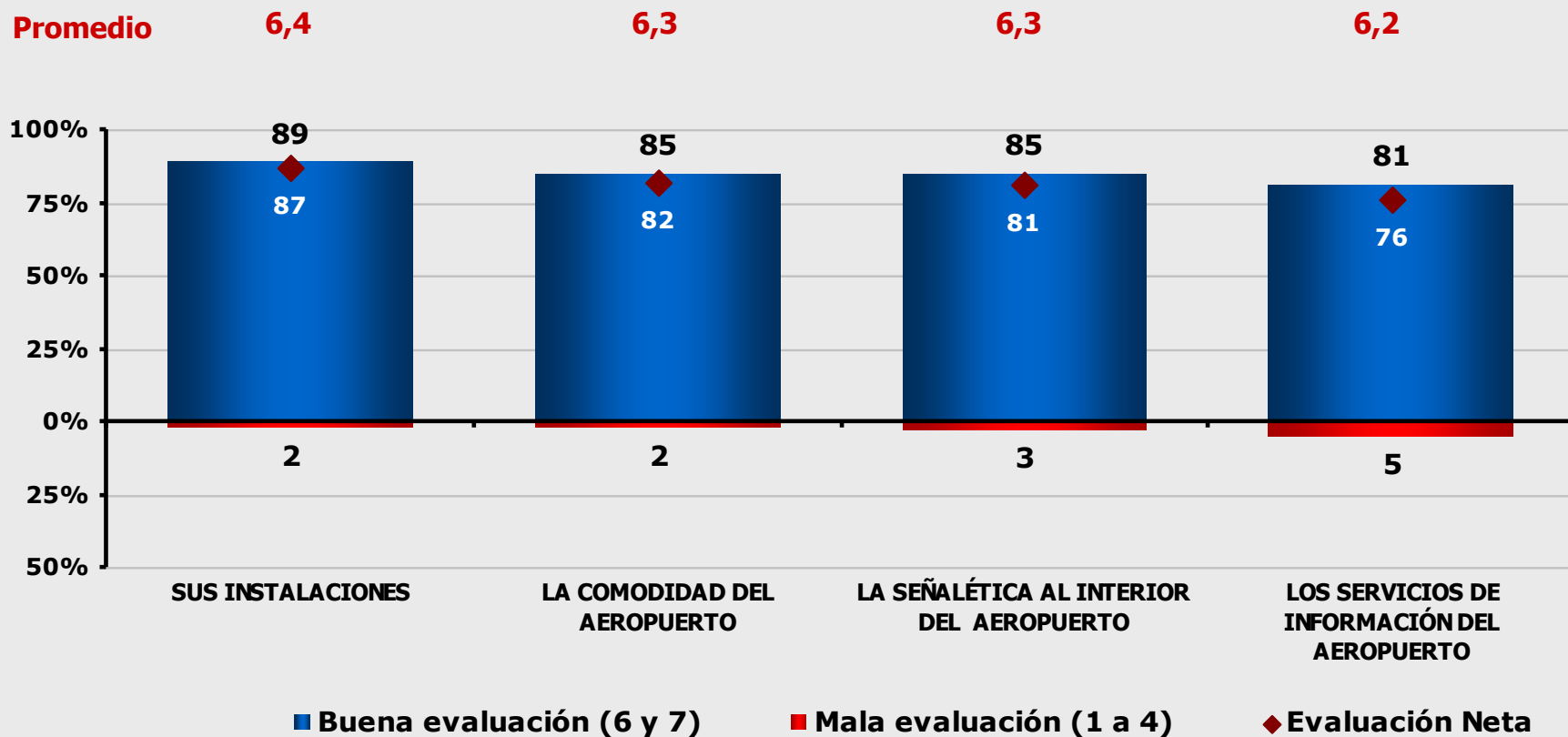
97

En relación a otros aeropuertos internacionales que Ud. conoce Ud. cree que el Aeropuerto de Santiago es ...? (Base: Total Entrevistados que conocen otros aeropuertos, 1876 casos)



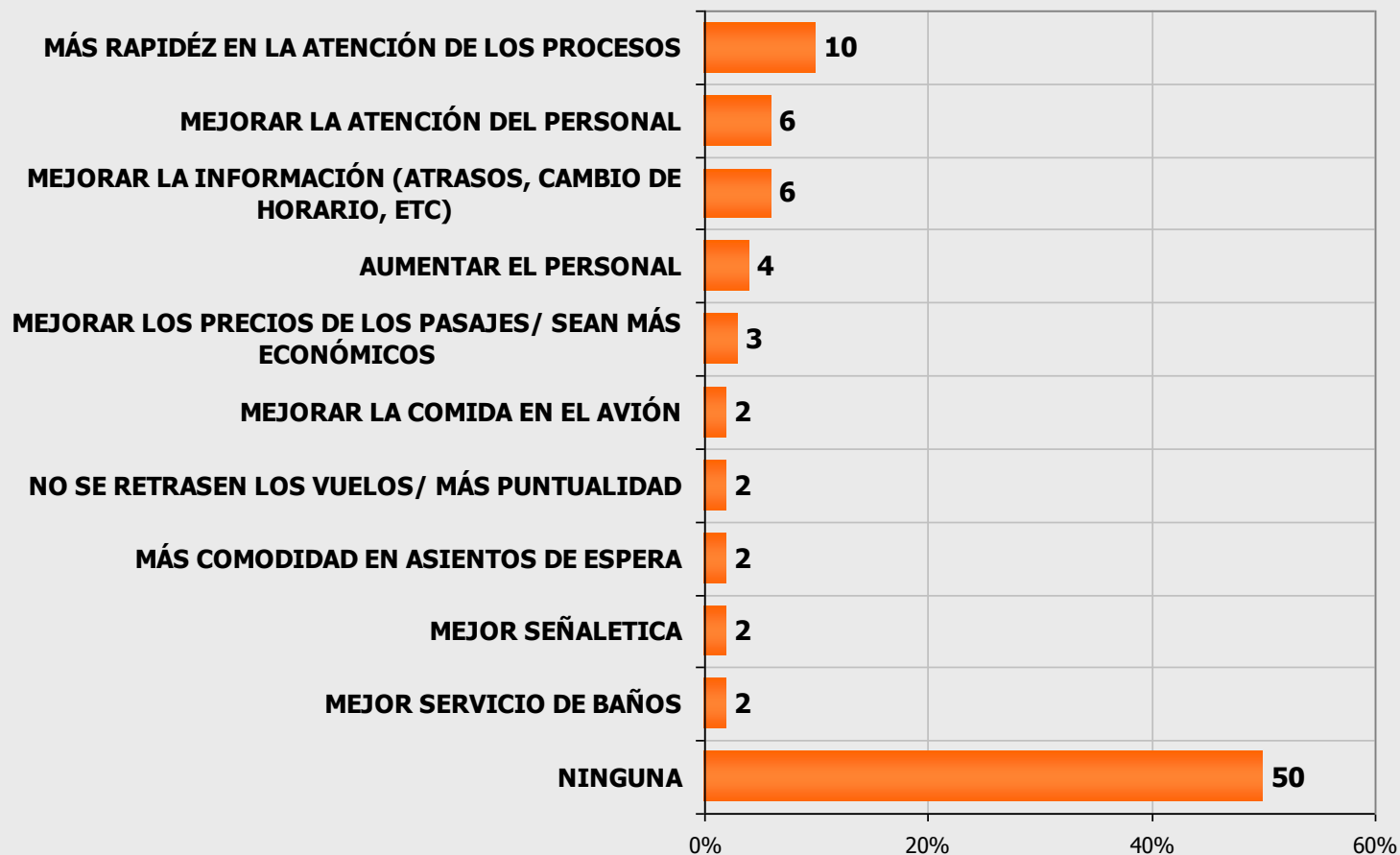
EVALUACION AEROPUERTO SANTIAGO

98



SUGERENCIAS

99



SÍNTESIS EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE (1)

100

✓ Un 82% de los entrevistados evalúa con notas 6 o 7 el sistema de transporte aéreo de Chile. Sólo un 3% de la muestra evalúa con nota inferior a 4. Esto brinda una nota promedio de 6,2. A nivel de variables sociodemográficas no se aprecian mayores diferencias de evaluación.

✓ Los principales motivos para evaluar con nota 7 al sistema de transporte aéreo son, principalmente, la buena atención, el hecho que el servicio está bien/ es lo que se necesita y es un servicio rápido, ya que Volar es más rápido que otros medios de transporte. Aquellos que evalúan con notas 5 y 6 lo hacen debido a que el servicio no es rápido/ se demora el check in, hay retrasos, pero también evalúan de manera positiva el hecho de que hay una buena atención.

✓ Aquellos que evalúan con notas inferiores a 4, es la mínima proporción de la muestra, sin embargo, señalan que es porque hay mala atención o falta información principalmente.

SÍNTESIS EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE (2)

101

✓ Respecto a la percepción de los entrevistados en ciertos atributos del sistema de transporte aéreo, se aprecia que en el caso de los pasajeros de vuelos nacionales, el atributo que mas influye en la satisfacción con el sistema es “la calidad de la atención de las líneas aéreas”. En segundo lugar influye “la variedad de las tarifas disponibles para destinos dentro de Chile” y en tercer lugar influye “el número de aerolíneas disponibles para destinos dentro de Chile”. Al apreciar las evaluaciones que estos atributos obtienen se aprecia que el que mejor evaluado está es “la calidad de la atención” con un neto de 71% y promedio de 6,1. No obstante , se aprecia que “la variedad de tarifas disponibles” obtiene una evaluación baja con un 41% neto y “el número de aerolíneas disponibles” obtiene una evaluación regular con un 55% neto.

Más atrás (en grado de influencia) aparecen los atributos como la “puntualidad de los vuelos”, “el tiempo de demora” y en último lugar “la variedad de destinos disponibles dentro de Chile”. Estos atributos serían los que menos pesan en la satisfacción con el sistema de transporte aéreo de Chile, en el caso de pasajeros de vuelos nacionales. No obstante presentan evaluaciones satisfactorias con notas promedio de 6,1.

SÍNTESIS EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE (3)

102

✓ Realizando el mismo análisis, pero en pasajeros de vuelos Internacionales, se aprecia que el atributo que más incide en la satisfacción con el sistema aéreo es “la variedad de destinos internacionales disponibles”, en segundo lugar “la calidad de la atención de las líneas aéreas internacionales” y en tercer lugar “el tiempo de demora”. Tanto “la variedad de destinos” como “la calidad de la atención de las líneas aéreas” obtienen evaluaciones satisfactorias, con un 70% de neto, con promedios de 6,1 y 6,0 respectivamente. “Tiempo de demora” obtiene una evaluación regular, más baja que estos 2 atributos, que es un 52% neto.

Más atrás aparecen (en grado de influencia) “el número de aerolíneas disponibles”, “la puntualidad de los vuelos” y en último lugar “la variedad de tarifas disponibles”. Estos atributos serían los que menos pesan en la satisfacción con el sistema de transporte aéreo de Chile. Los atributos “el número de aerolíneas disponibles” y “la puntualidad de los vuelos” presentan evaluaciones satisfactorias, sin embargo “la variedad de tarifas disponibles” es el atributo que menor evaluación presenta en los pasajeros de vuelos internacionales, alcanzando un neto de 49% y un promedio de 5.7.

SÍNTESIS EVALUACION SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE (4)

103

- ✓ En cuanto a la evaluación del Aeropuerto de Santiago, un 48% de la muestra (de aquellos que conocen otros aeropuertos internacionales) señala que el Aeropuerto es mejor que otros aeropuertos. Sólo un 10% lo encontró peor que otros aeropuertos.
- ✓ En general, los atributos como las Instalaciones, la comodidad y la señalética y los servicios de información obtienen altos niveles de satisfacción, que es recomendable mantener.
- ✓ Respecto a las sugerencias, si bien el 50% de los entrevistados señala no tener sugerencias, un 10% indica que podría mejorarse la rapidez de los procesos, un 6% señala que podría mejorarse la atención y un 6% señala que podría mejorarse la información de salidas de vuelos, entre otros.

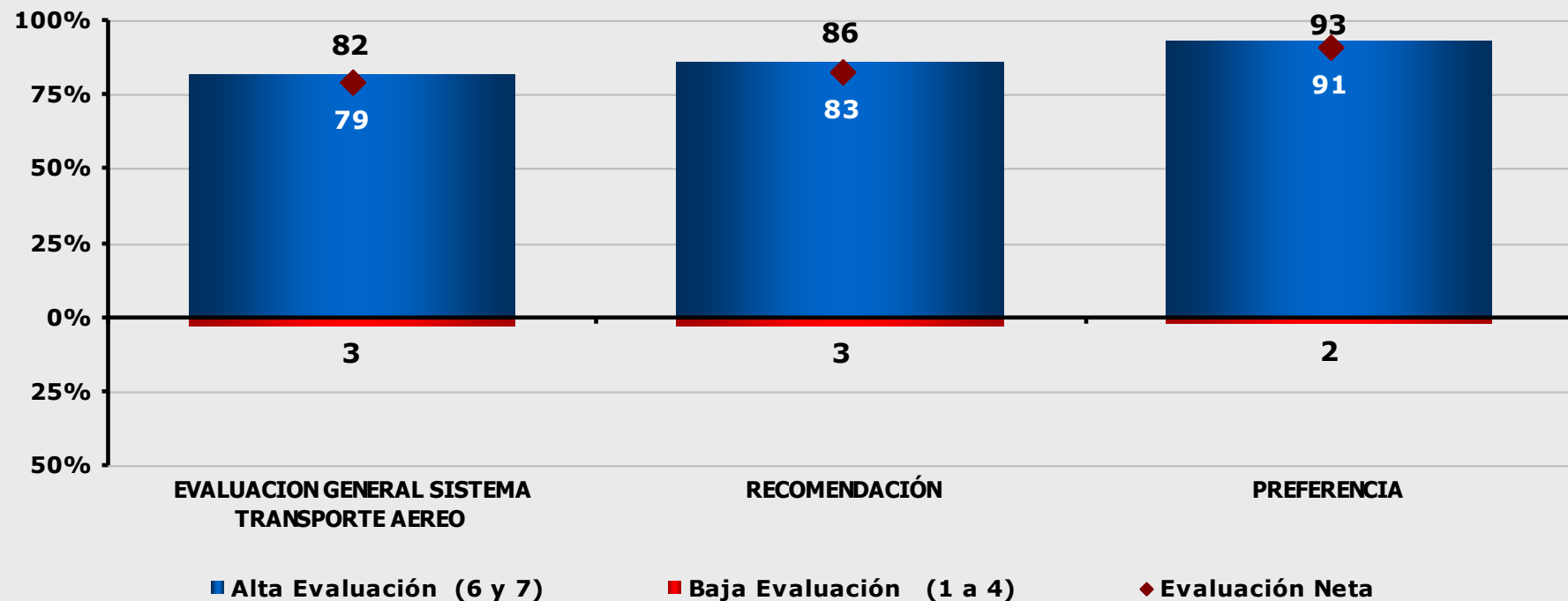


2.5

LEALTAD DEL PASAJERO AL SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO EN CHILE

LEALTAD***Variables con las que se conforma la Lealtad***

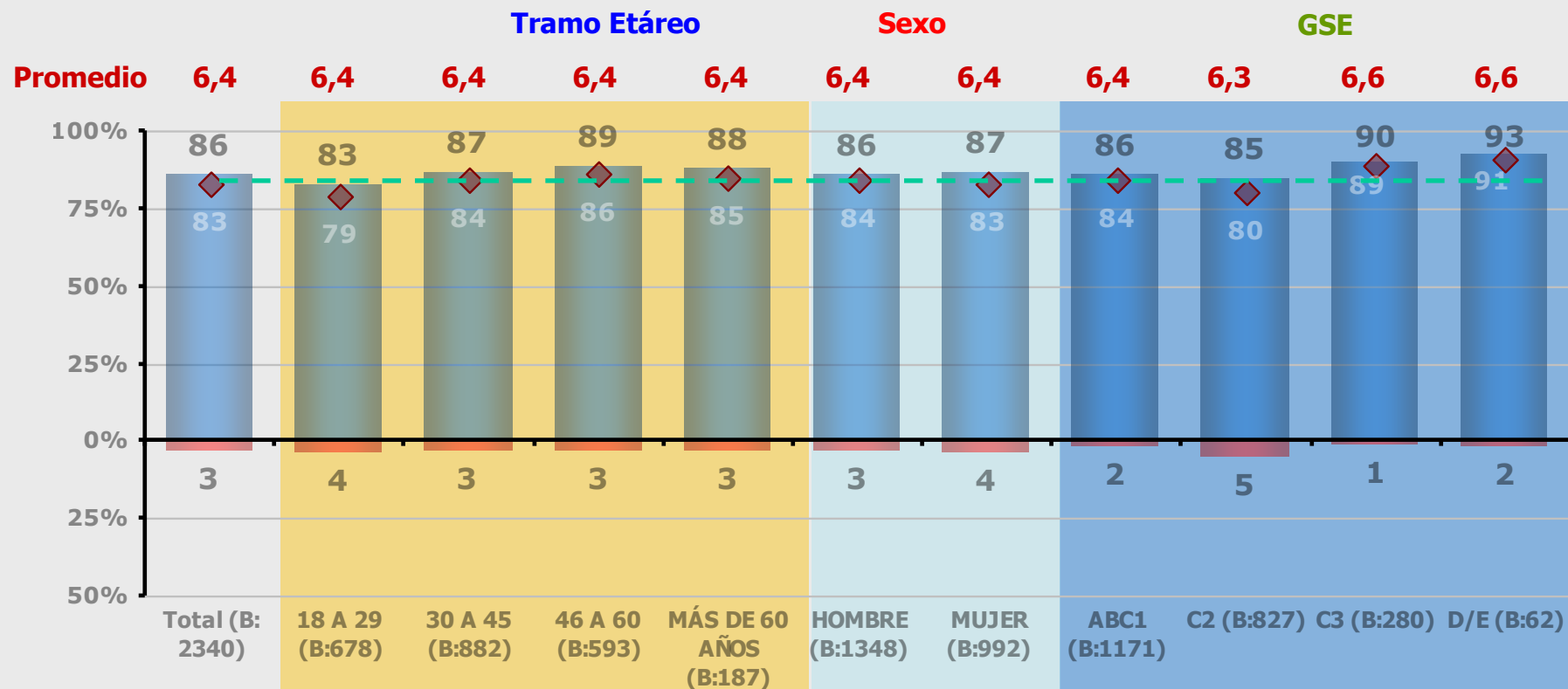
105



RECOMENDACIÓN SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Cruce según variables sociodemográficas

106



■ Recomendación Positiva (% 6 y 7)

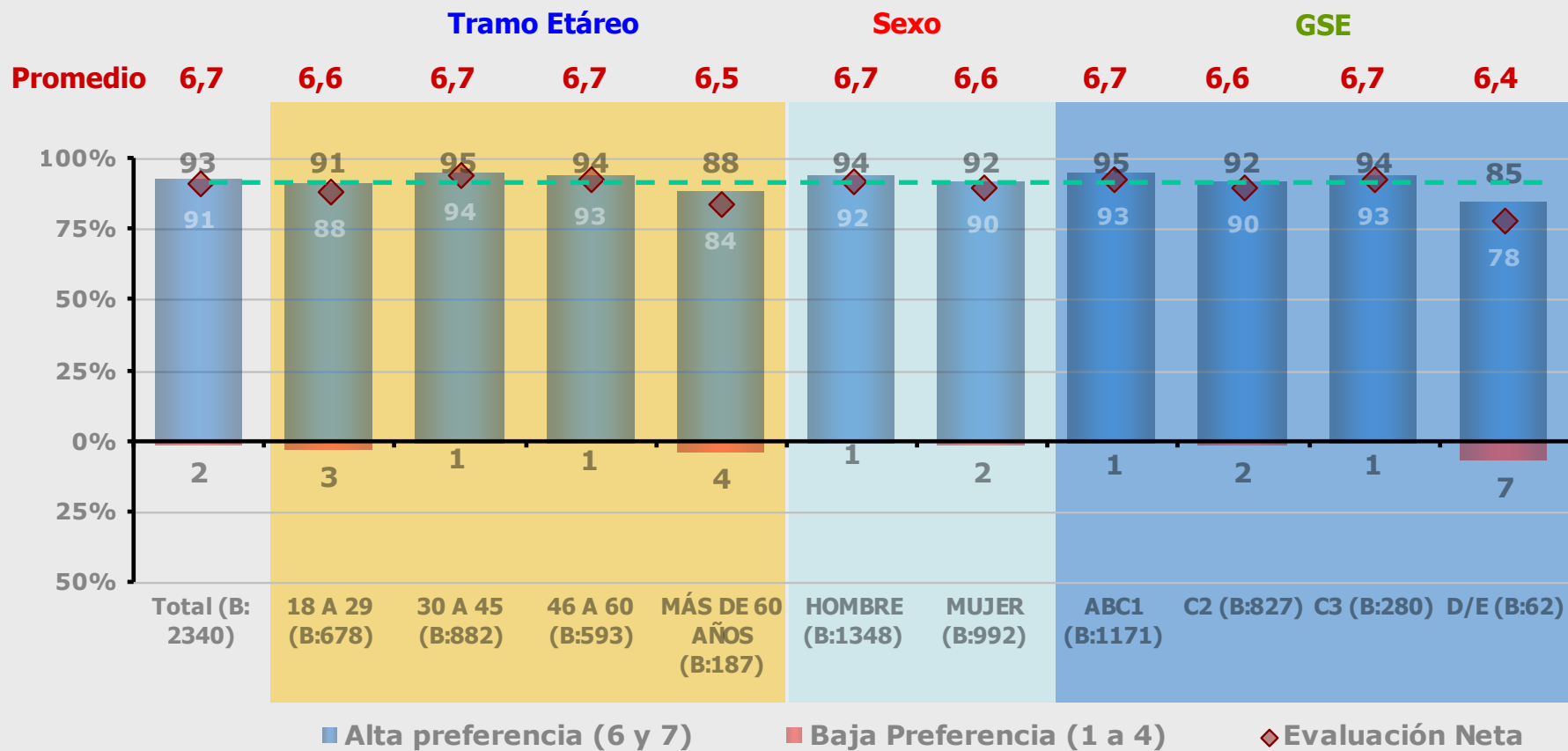
■ Recomendación Negativa (% 1 a 4)

◆ Evaluación Neta

PREFERENCIA SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Cruce según variables sociodemográficas

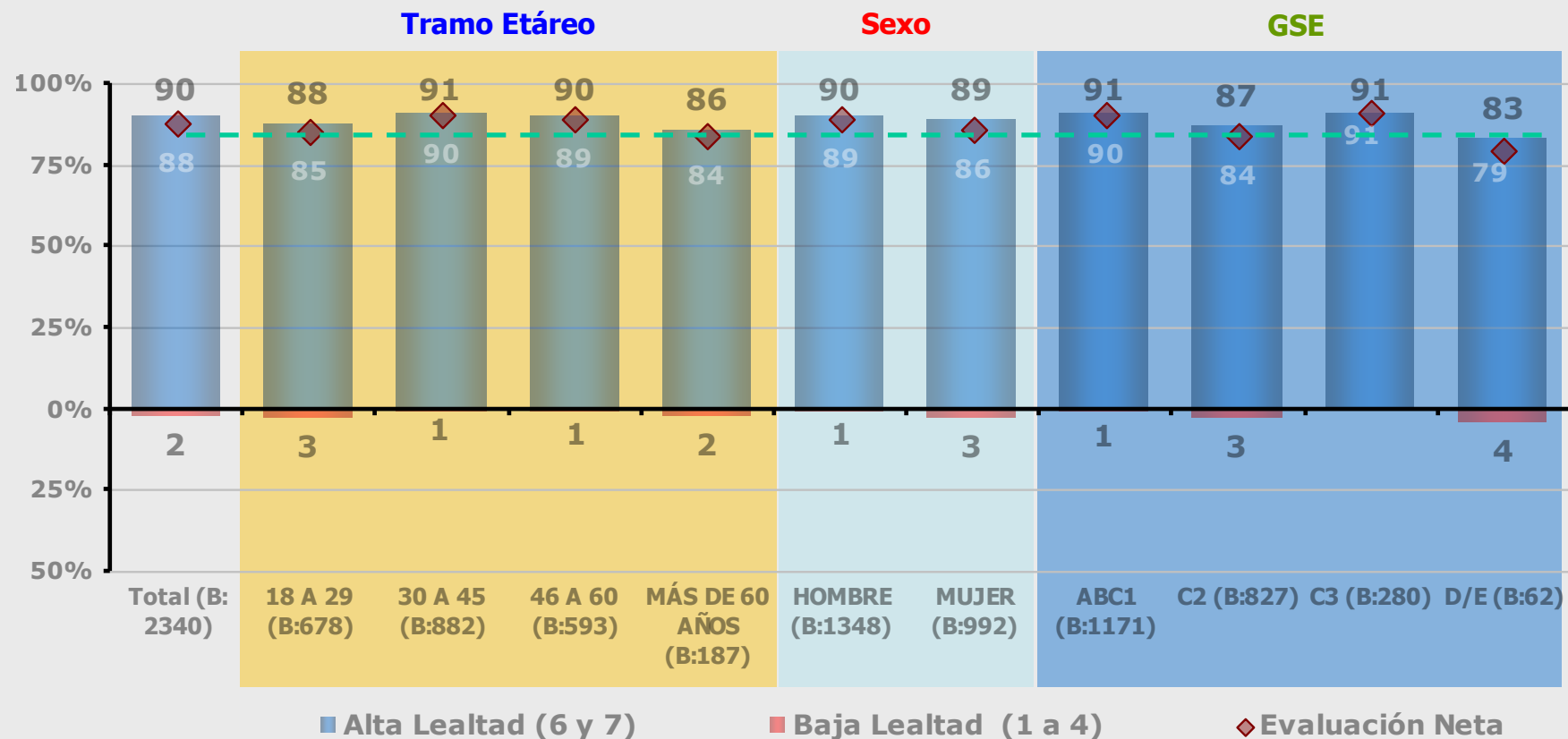
107



LEALTAD CON EL SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Cruce según variables sociodemográficas

108



CARTERA DE CLIENTES SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

Síntesis explicativa

109

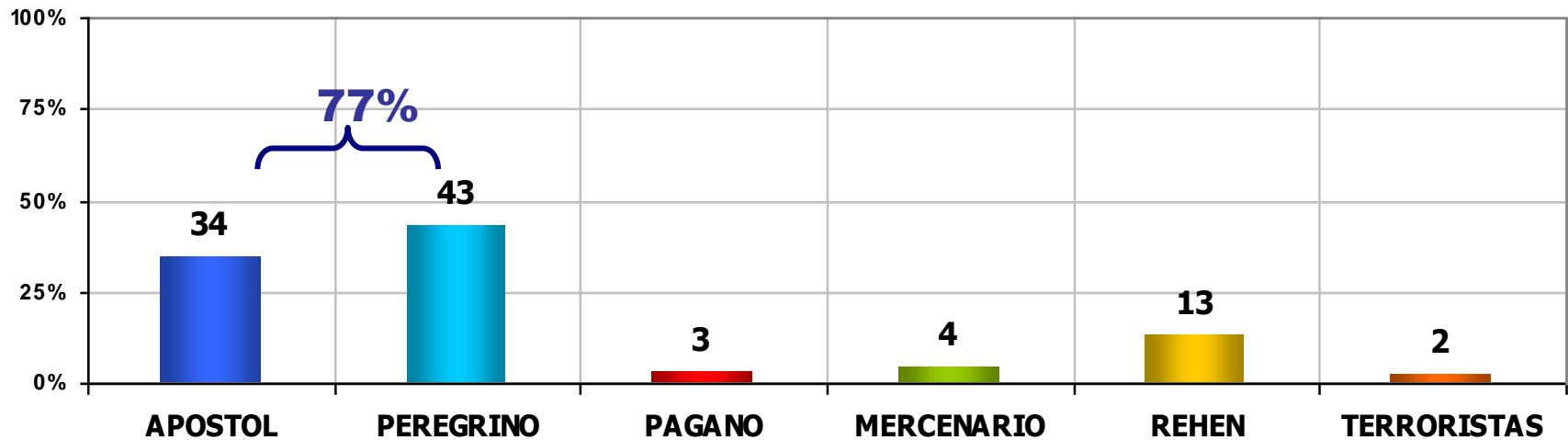
Apóstoles	34%	Son los clientes cuya experiencia con el servicio sobrepasa sus expectativas, y que informan a otros la calidad de esta experiencia (referencias)
Peregrinos	43%	Son los clientes que están en territorio de tránsito hacia la plenitud de la satisfacción y la lealtad. Son potenciales apóstoles, donde sus carencias pueden pasar por aspectos emocionales y/o funcionales. Es un segmento atractivo para la empresa.
Mercenarios	4%	Son los clientes que desafían la regla satisfacción/lealtad. Son los buscadores de precio, compradores por impulso, seguidores de la moda, o que siempre buscan algo a cambio. Nos desarrollan lealtad con ninguna empresa.
Rehénes	13%	Son los clientes que a pesar de tener muy malas experiencias con la empresa, no pueden cambiar a corto plazo de proveedor, ya sea por los costos de cambios involucrados, contratos establecidos, etc.
Terroristas	2%	Son los clientes que han vivido una mala experiencia con el servicio de la empresa, que transmiten su frustración a su círculo social y aprovecharán cualquier oportunidad para abandonar la empresa
Paganos	4%	Son los clientes que están en un territorio de indefinición y potencialmente podrían ser convertidos por la compañía.

CARTERA DE CLIENTES SISTEMA DE TRANSPORTE AÉREO DE CHILE

110

CARTERA		Nivel de Satisfacción						
		1	2	3	4	5	6	7
Nivel de Lealtad	1	Terroristas					Mercenarios	
	2							
	3							
	4							
	5	Rehénés				Paganos	Peregrinos	
	6							
	7						Apóstoles	

Cartera de Clientes Transporte Aéreo



SÍNTESIS LEALTAD CON EL SISTEMA DE TRANSPORTE AEREO DE CHILE

111

✓ El sistema de transporte aéreo de Chile presenta una alta recomendación, con 86% de entrevistados que señala que si recomendaría positivamente la experiencia vivida con el sistema de transporte aéreo. El neto es de 83%.

Respecto a la preferencia, ésta también es alta, con un 93% de evaluaciones positivas y un 91% neto.

✓ Por tanto, la Lealtad construida en base a estos 2 indicadores y la satisfacción general, es alta alcanzando un 90% de altas evaluaciones, que otorgan una lealtad neta de 88%. Esta lealtad se traduce en una cartera de clientes, que se forma de usuarios clasificados como Apóstoles (34%) y Peregrinos (43%). Aspectos sumamente positivos para el sistema de transporte aéreo de Chile. Cabe mencionar que se presenta una proporción menor de usuarios que se ubican como "Rehenes"(13%).

✓ Al hacer el análisis conjunto de Apóstoles y Peregrinos, se aprecia que la proporción de este tipo de clientes (en relación al sistema de transporte aéreo de Chile) es alta.



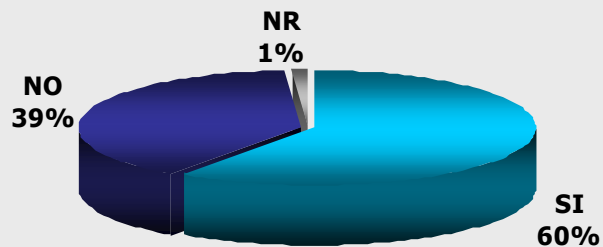
2.6

DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PASAJEROS

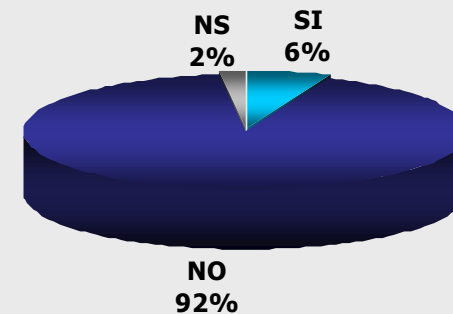
DERECHOS Y OBLIGACIONES

113

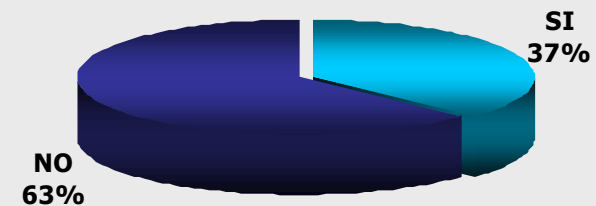
¿Ud. conoce cuáles son sus derechos y obligaciones como pasajero del transporte aéreo? (B:2340 casos)



¿En el último año, alguna vez le han negado el acceso a un vuelo en Chile, habiéndose presentado Ud. oportunamente y con vuelo confirmado? (B:2340 casos)



¿Sabía Ud. que existen derechos para este tipo de situaciones – denegación de embarque-? (B:2340 casos)

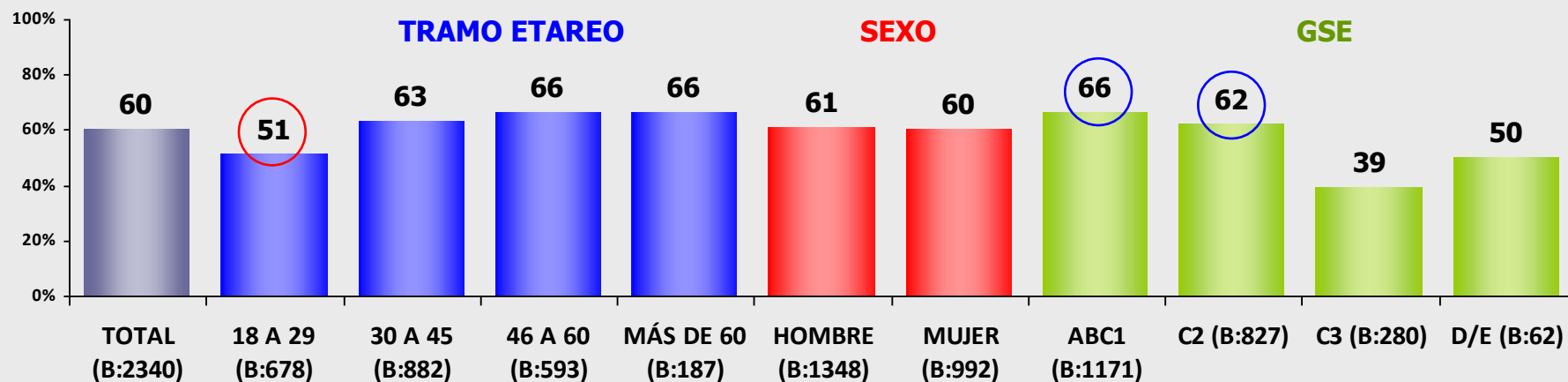


DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según variables socio demográficas

114

¿Ud. conoce cuáles son sus derechos y obligaciones como pasajero del transporte aéreo? % Sí

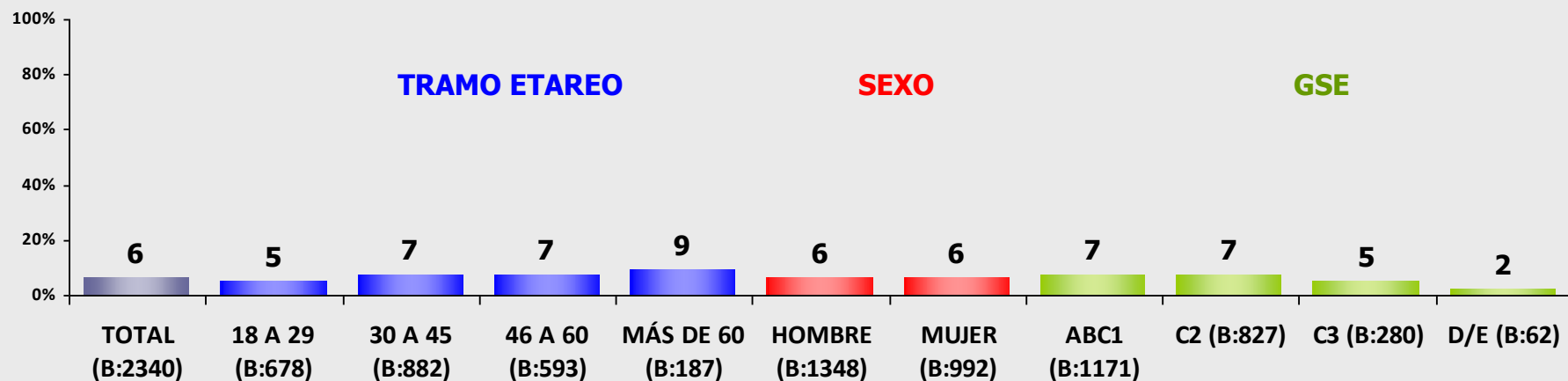


DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según variables socio demográficas

115

¿En el último año, alguna vez le han negado el acceso a un vuelo en Chile, habiéndose presentado Ud. oportunamente y con vuelo confirmado? % **Sí**

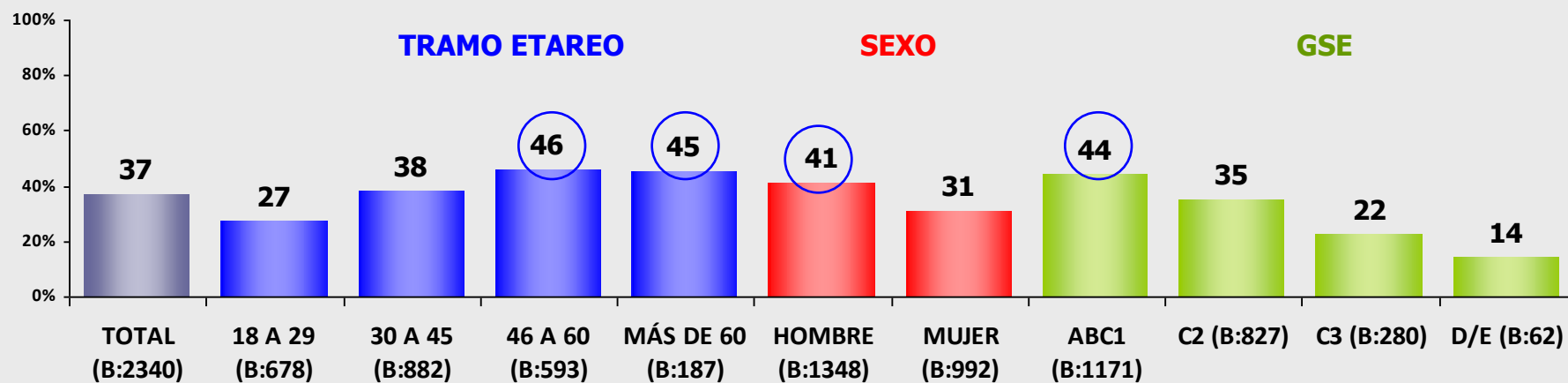


DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según variables socio demográficas

116

¿Sabía Ud. que existen derechos para este tipo de situaciones? % **Sí**



DERECHOS Y OBLIGACIONES

Derechos ante denegación de embarque conocidos

(% señalan SI conocen la existencia de derechos ante la denegación de embarque, 845 casos)

117

**Derechos ante
denegación que
conoce:**

84%**83%****79%****72%**

**Le suministren
comidas y
refrigerios
hasta el
embarque en
otro vuelo**

**Le den
alojamiento,
cuando el
tiempo de
espera para
embarcar en
otro vuelo así
lo requiera**

**Le faciliten
movilización
desde y
hacia el
aeropuerto**

**Le
proporcionen
llamados
telefónicos si
Ud. lo
requiere**

DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según variables sociodemográficas .

(% señalan SI conocen la existencia de derechos ante la denegación de embarque, 845 casos)

118

Derechos ante denegación de Embarque conocidos:

	TOTAL	EDAD				SEXO		GSE			
		18 A 29	30 A 45	46 A 60	MÁS DE 60 AÑOS	HOMBRE	MUJER	ABC1	C2	C3	D/E
Comidas y Refrigerios	84%	79%	86%	85%	83%	85%	83%	84%	86%	75%	75%
Alojamiento	83%	82%	81%	85%	85%	85%	79%	83%	84%	77%	76%
Movilización	79%	76%	76%	82%	82%	81%	75%	78%	81%	69%	71%
Derecho a llamados telefónicos	72%	71%	69%	76%	74%	70%	76%	71%	75%	70%	70%
BASE:	845	191	326	248	80	524	321	503	273	55	14

DERECHOS Y OBLIGACIONES: TEMAS GENERALES

119

**En relación al
último año:**

30%



10%



9%

**Señala que SI
se ha atrasado
alguna vez un
vuelo en el
que viajaba,
saliendo del
Aeropuerto de
Santiago**

**Señala que SI
ha sufrido
alguna vez la
pérdida o
deterioro de
su equipaje al
llegar al
Aeropuerto de
Santiago**

**Señala que
alguna vez
SI ha sido
cancelado
un vuelo en
el que
viajaba
desde el
Aeropuerto
de Santiago**

SÍNTESIS DERECHOS Y OBLIGACIONES

120

- ✓ Un 60% de los pasajeros declara conocer cuales son sus derechos y obligaciones como pasajeros del sistema de transporte aéreo de Chile. El perfil de aquellos pasajeros informados de sus derechos sería adultos, de GSE ABC1 y C2.
- ✓ En el último tiempo, sólo a un 6% de los entrevistados se le ha denegado el embarque. Frente a este tipo de situaciones un 37% de los entrevistados declara conocer que existen derechos para este tipo de situaciones. En cuanto al perfil, el pasajero conocedor de derechos ante denegación de embarque son adultos, sobre 46 años, hombres de GSE ABC1.
- ✓ Los derechos más conocidos son los relacionados con la comida, alojamiento y movilización.
- ✓ Del total de entrevistados solo a un 10% se le ha extraviado el equipaje en el Aeropuerto de Santiago, a un 9% le han cancelado un vuelo. Sin embargo, un 30% de los entrevistados ha sufrido algún atraso en un vuelo.



2.6.1

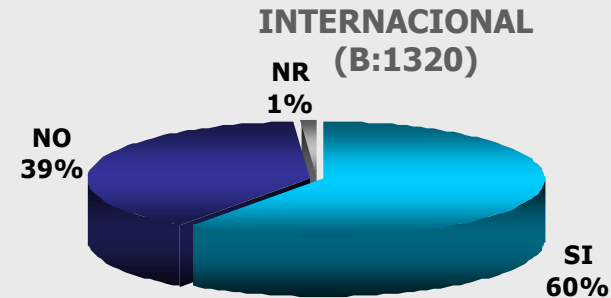
DERECHOS Y OBLIGACIONES DE LOS PASAJEROS, SEGÚN TIPO DE VUELO (ANÁLISIS ESPECIAL)

DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según tipo de vuelo

122

¿Ud. conoce cuáles son sus derechos y obligaciones como pasajero del transporte aéreo? (B:2340 casos)



¿En el último año, alguna vez le han negado el acceso a un vuelo en Chile, habiéndose presentado Ud. oportunamente y con vuelo confirmado? (B:2340 casos)



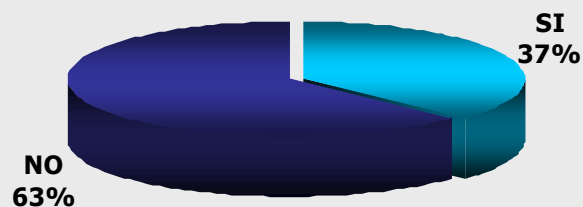
DERECHOS Y OBLIGACIONES

Cruce según tipo de vuelo

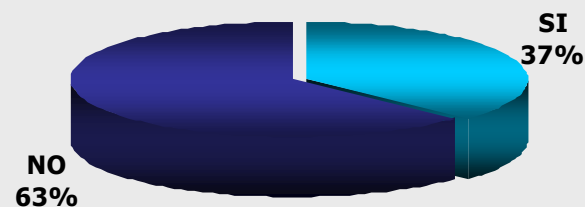
123

¿Sabía Ud. que existen derechos para este tipo de situaciones –
denegación de embarque-? (B:2340 casos)

NACIONAL
(B:1020)



INTERNACIONAL
(B:1320)



DERECHOS Y OBLIGACIONES

Derechos ante denegación de embarque conocidos, Cruce según Tipo de Vuelo
(% señalan SI conocen la existencia de derechos ante la denegación de embarque, 845 casos)

124

**Derechos ante
denegación que
conoce
(Nacional, B: 349)**

84%**81%****82%****76%**

**Derechos ante
denegación que
conoce
(Internacional, B: 496)**

84%**84%****75%****68%**

**Le suministren
comidas y
refrigerios
hasta el
embarque en
otro vuelo**

**Le den
alojamiento,
cuando el
tiempo de
espera para
embarcar en
otro vuelo así lo
requiera**

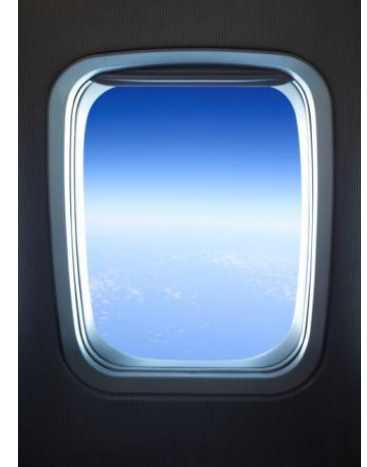
**Le faciliten
movilización
desde y
hacia el
aeropuerto**

**Le
proporcionen
llamados
telefónicos si
Ud. lo requiere**

SÍNTESIS DERECHOS Y OBLIGACIONES

125

- ✓ Un 60% de los pasajeros declara conocer cuales son sus derechos y obligaciones como pasajeros del sistema de transporte aéreo de Chile. Este dato es tanto para pasajeros de vuelos nacionales como de vuelos internacionales.
- ✓ A un 9% de los pasajeros de vuelos nacionales le han denegado el acceso a un vuelo, a pasajeros internacionales sólo a un 3% le ha sucedido. Esta situación, aunque aislada, es levemente superior en pasajeros nacionales (con diferencia significativa).
- ✓ Un 37% de pasajeros nacionales e internacionales saben de la existencia de derechos para situaciones de este tipo. Los derechos conocidos presentan proporciones similares en pasajeros nacionales e internacionales.



3

CONCLUSIONES DEL ESTUDIO Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

127

- ✓ Si bien es cierto, como se señaló al comienzo de este Informe esta evaluación presenta una radiografía del sistema aéreo de Chile antes de los acontecimientos del 27 de febrero, vale la pena destacar la calidad del servicio prestado por este Sistema Aéreo a sus pasajeros.
- ✓ El sistema de transporte aéreo de Chile presenta altas evaluaciones en cuanto a su servicio y desempeño en variados atributos como la compra de pasajes, la experiencia de viaje en sí, los puntos de contacto entre los pasajeros y las líneas aéreas, entre otros temas. En este escenario se aprecia que la gran parte de estos aspectos presenta altas evaluaciones, las cuales es conveniente mantener en el tiempo.
- ✓ Destacan la alta disposición a Recomendar y la Volver a Elegir al Sistema de Transporte Aéreo, lo que en conjunto con la Evaluación (Satisfacción), generan Alta Lealtad de los pasajeros con el Sistema. Manteniendo estas altas evaluaciones y generando una mayor Satisfacción, es posible que más pasajeros se transformen en Apóstoles del Sistema de Transporte Aéreo de Chile.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

128

✓ Con respecto a los atributos propios del Sistema de Transporte Aéreo, se realizó el ejercicio de encontrar aquellas variables que más inciden en la Satisfacción de éste. En el caso de vuelos nacionales es recomendable prestar atención en la variedad de tarifas y el número de aerolíneas disponibles, ya que presentan menores evaluaciones que los restantes atributos y son considerados como atributos importantes dentro del modelo. En el caso de los vuelos internacionales es recomendable prestar atención al tiempo de demora, ya que es un atributo importante, pero con una evaluación menor que el resto.

En cuanto a los restantes atributos calificados como importantes, es sumamente recomendable mantener los niveles de satisfacción que presentan ya que la Satisfacción con el Sistema de Transporte Aéreo está bien evaluado en la mente de los pasajeros que hacen uso de él.

✓ Si bien es cierto una alta proporción de pasajeros conoce sus derechos, se puede apreciar que hay segmentos menos informados respecto al tema. Resultaría recomendable quizás llegar al segmento más joven de la población, que presenta el menor grado de información.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

129

Nuestra recomendación (en el actual escenario post terremoto):

- ✓ Creemos que es recomendable para JAC y el Sistema de Transporte Aéreo de Chile el considerar estos resultados (obtenidos mediante el estudio realizado), de modo de poder revisarlos y difundir aquellos aspectos que se consideren relevantes. Esto debido a que hay muchas prácticas llevadas a cabo por el sistema y que han resultado exitosas para los pasajeros.
- ✓ Sin embargo, como la coyuntura actual puede haber modificado la visión de los pasajeros respecto al sistema de Transporte Aéreo, es que sugerimos realizar mediciones post terremoto, de manera de apreciar el impacto que este evento tuvo en la Imagen, Posicionamiento y Calidad de Servicio del Sistema.

