

## Reporte Ejecutivo



### Informe de Satisfacción de Pasajeros

Aerolínea: *Vuela muy Alto*

Fecha: 6/6/2024

### Tabla de Contenidos

1. Resumen Ejecutivo
2. Introducción
3. Hallazgos Relevantes
  - Nivel General de Satisfacción
  - Satisfacción por Género
  - Satisfacción por Grupo de Edad
  - Satisfacción por Lealtad
  - Satisfacción por Tipo de Viaje
  - Correlación de Servicios
4. Análisis y Discusión
5. Recomendaciones

- 6. Conclusión
- 7. Apéndices
- 8. Referencias

## **1. Resumen Ejecutivo**

Basándonos en todos los datos proporcionados por la aerolínea “*Vuela muy alto*”, este informe presenta los hallazgos más relevantes del análisis de satisfacción de los pasajeros de nuestra aerolínea, identificando áreas clave para mejoras y proporcionando recomendaciones específicas para incrementar la satisfacción general de los pasajeros.

## **2. Introducción**

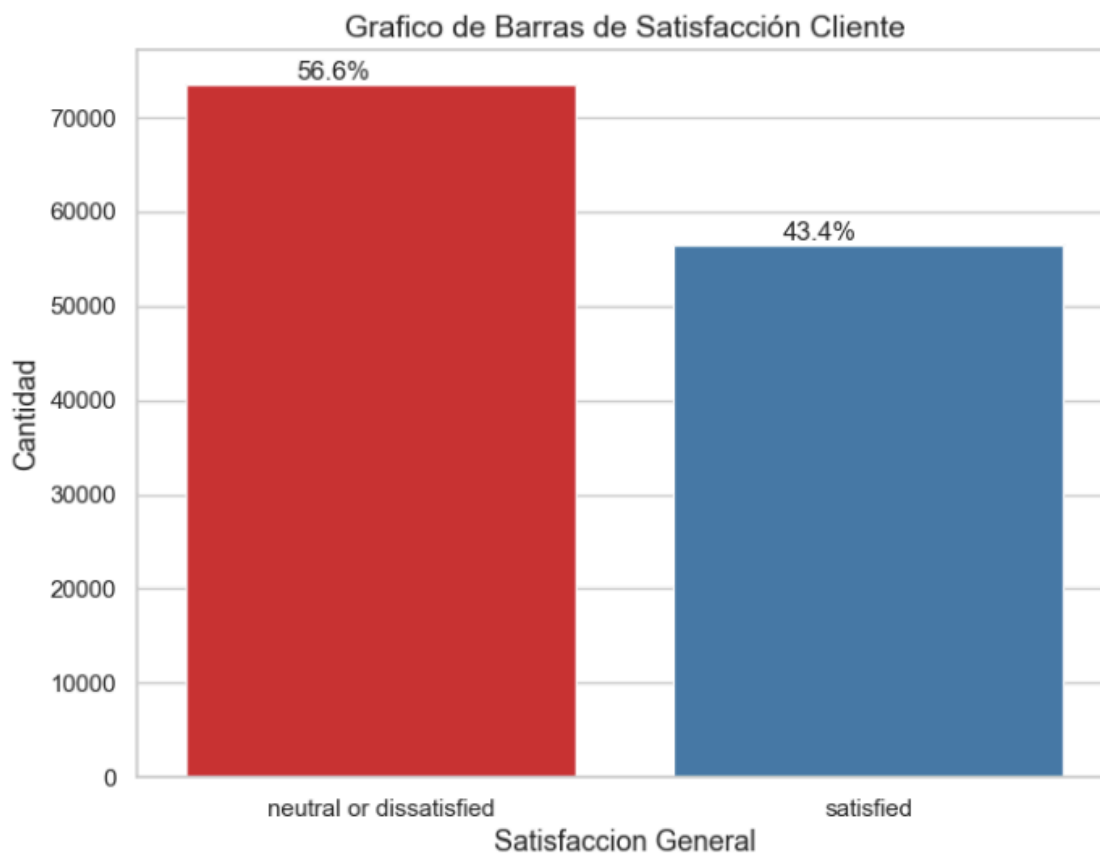
La meta de esta aerolínea es proporcionar la mejor experiencia posible a sus pasajeros, sin importar el género ni la edad, intentando crear una lealtad de sus clientes, por esos mismo, el objetivo de este reporte es evaluar la satisfacción de los pasajeros de nuestra aerolínea y proporcionar recomendaciones para mejorar su experiencia. El análisis se realizó a partir de los datos que nos proporcionó la aerolínea, que fueron recolectados mediante encuestas de satisfacción y datos de retroalimentación de los clientes.

## **3. Hallazgos Relevantes**

Después de realizar la exploración de datos correspondiente pudimos descubrir lo siguiente:

### **3.1. Nivel General de Satisfacción**

El 43.45% de los pasajeros están satisfechos, mientras que el 56.55% están neutrales o insatisfechos.

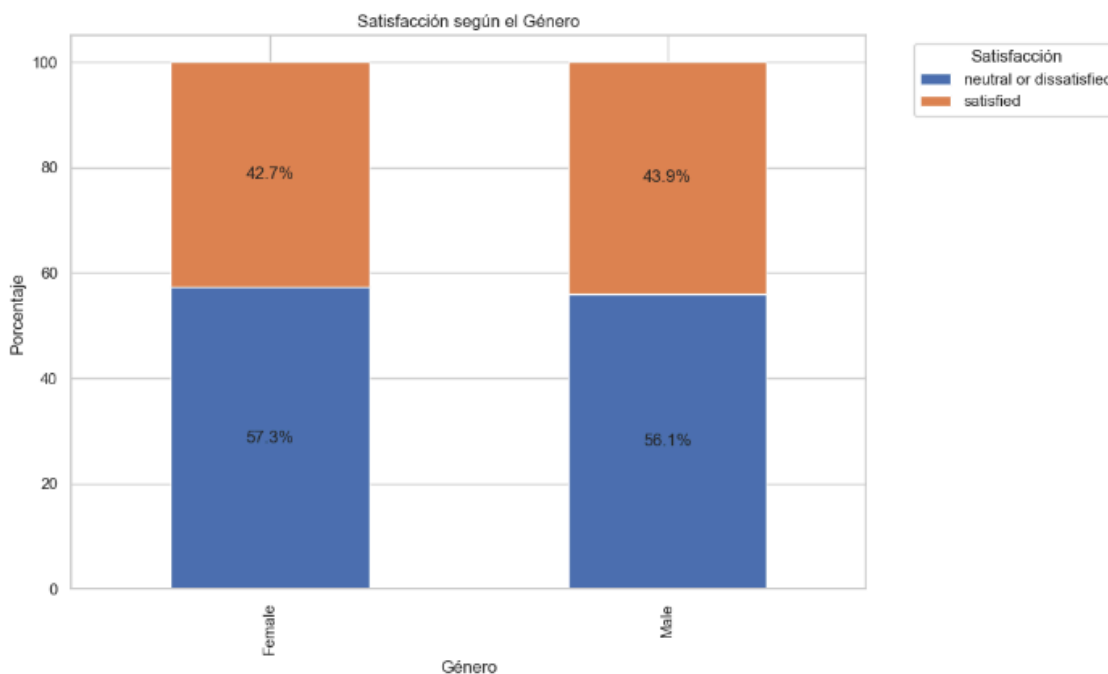


*Gráfica de barras nivel de satisfacción*

### **3.2. Satisfacción por Género**

No hay diferencias significativas en la satisfacción entre hombres y mujeres:

- Mujeres: 42.90% satisfechas
- Hombres: 44.01% satisfechos

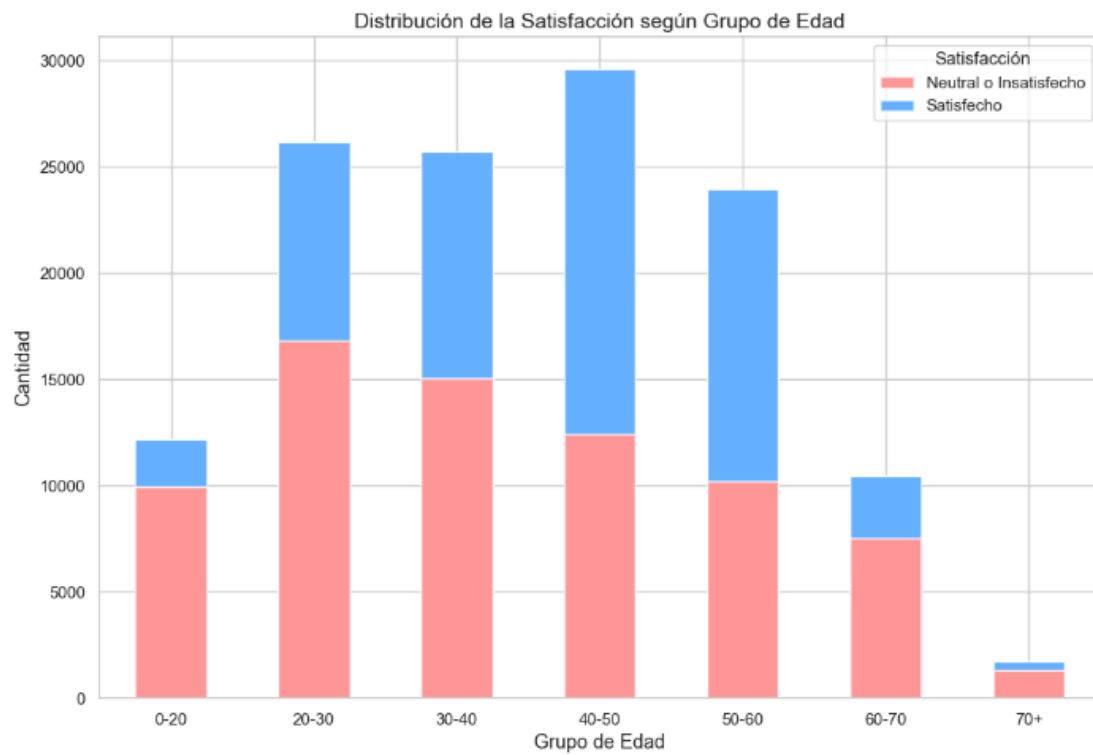


*Satisfacción Según el género*

### 3.3. Satisfacción por Grupo de Edad

Para realizar esta exploración se dividió en segmentos de 10 años de diferencia,(menos el inicial en el que se decidió separar por 20 años para englobar a los menores de edad) :

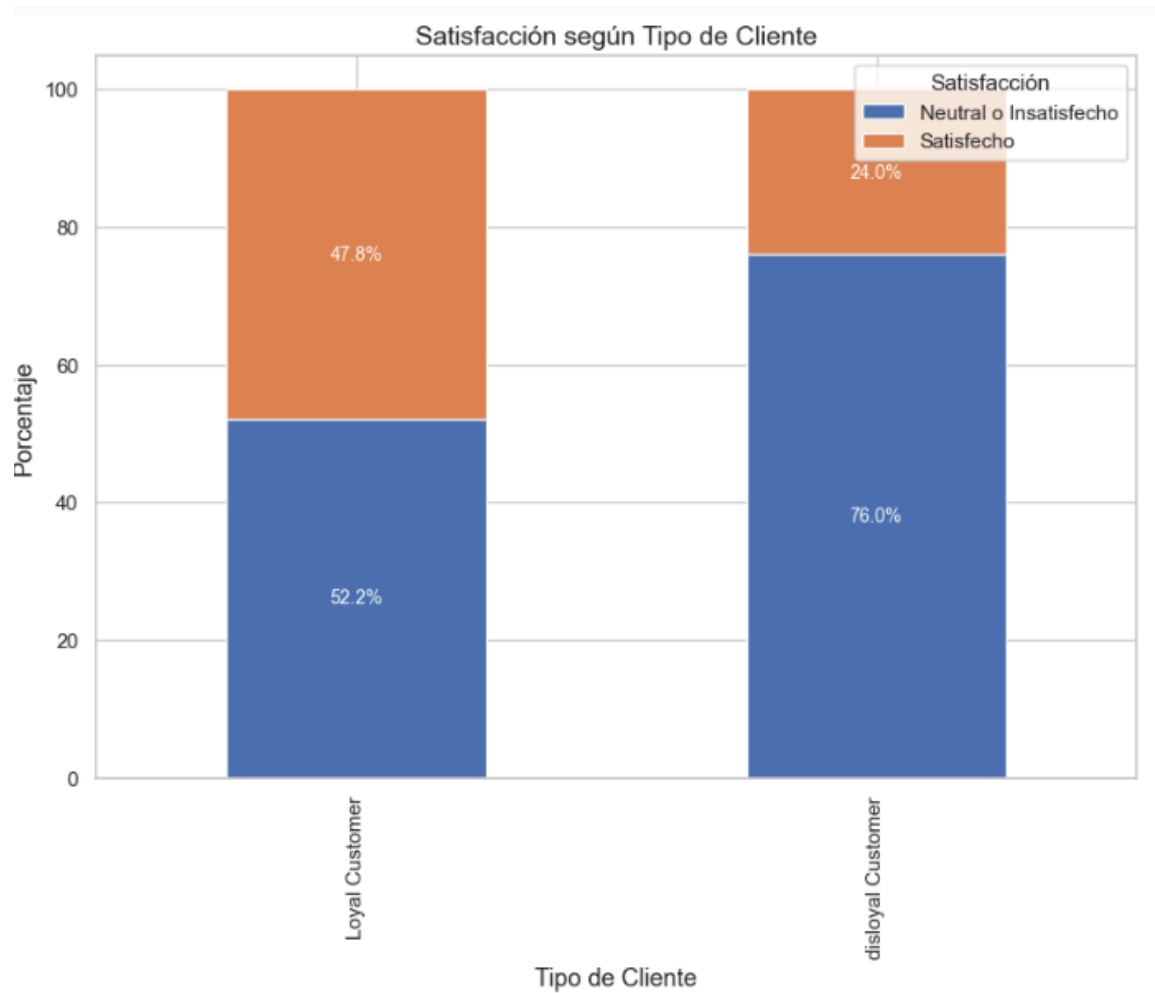
- 0-20
- 20-30
- 30-40
- 40-50
- 50-60
- 60-70
- 70+



*Gráfica de barras de nivel de satisfacción y de cantidad de pasajeros por edad.*

### 3.4. Satisfacción por Lealtad

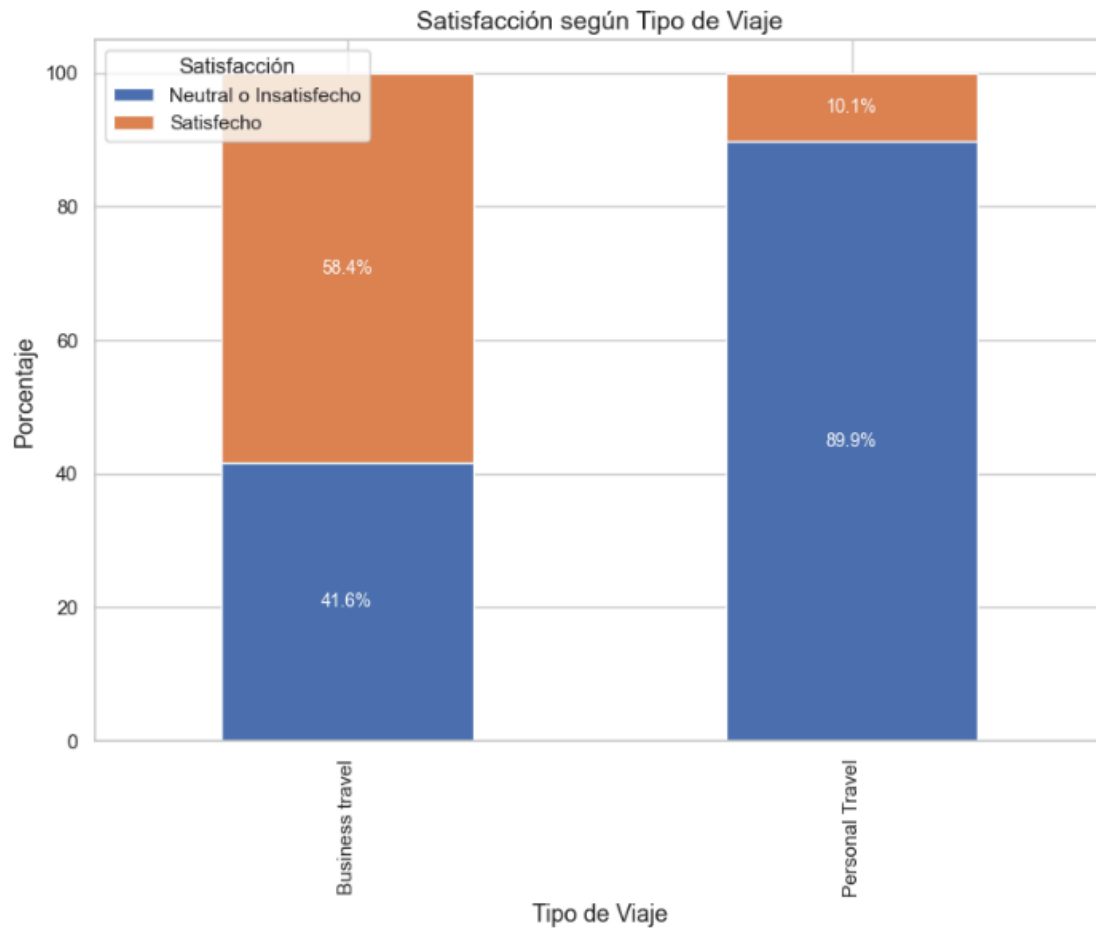
Los clientes leales muestran un mayor nivel de satisfacción (47.81%) en comparación con los desleales (23.97%).



*Gráfica de barras del nivel de satisfacción según el tipo de pasajero(leal, desleales).*

### **3.5. Satisfacción por Tipo de Viaje**

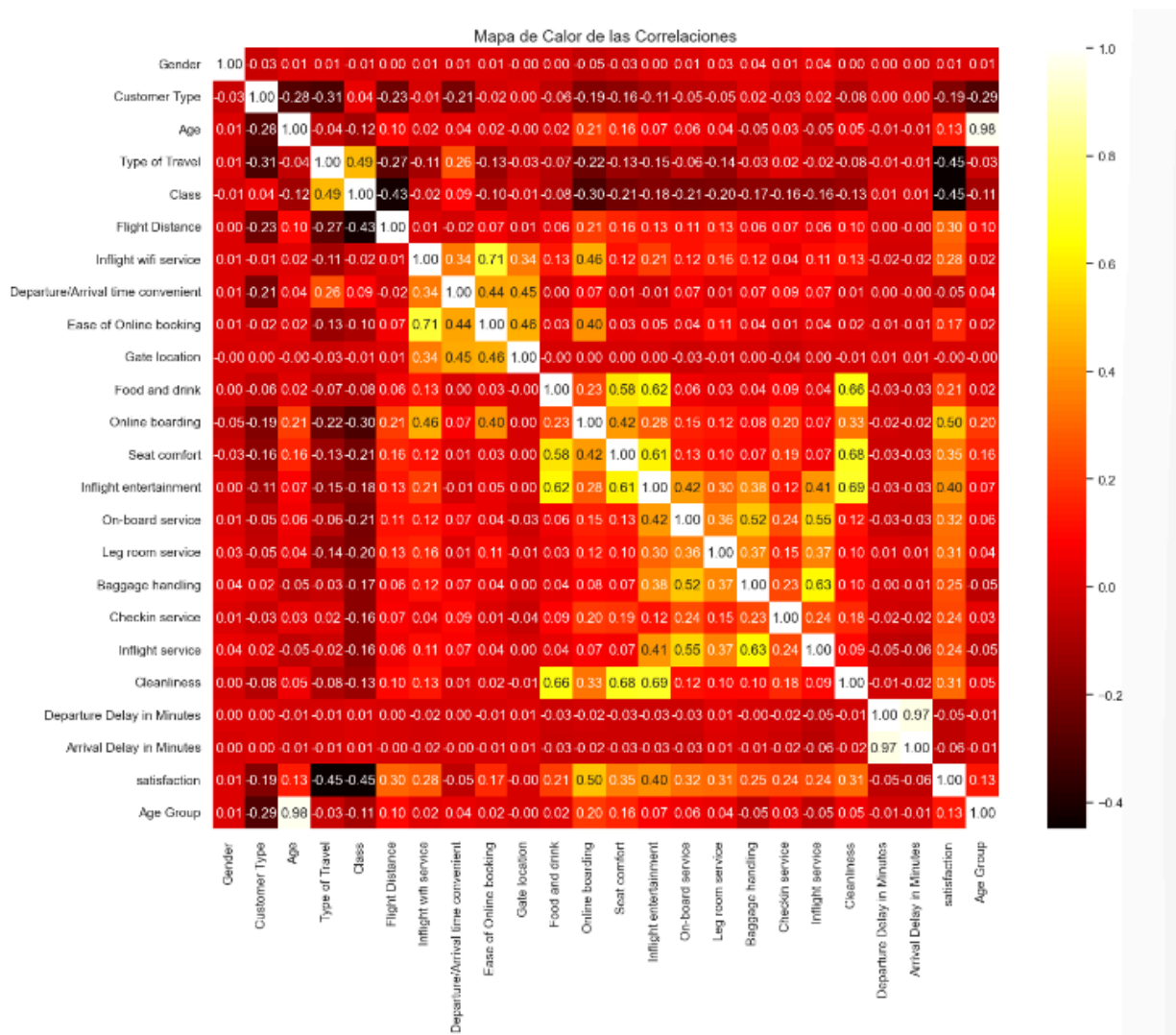
Viajeros de negocios están significativamente más satisfechos (58.37%) que los viajeros personales (10.13%).



*Gráfica de barras de nivel de satisfacción basado en pasajeros de negocio y pasajeros personales*

### **3.6. Correlación de Servicios**

- Los servicios con mayor impacto en la satisfacción son:
  - Entretenimiento a bordo (correlación de 0.398)
  - Comodidad del asiento (correlación de 0.349)
  - Servicio a bordo (correlación de 0.322)



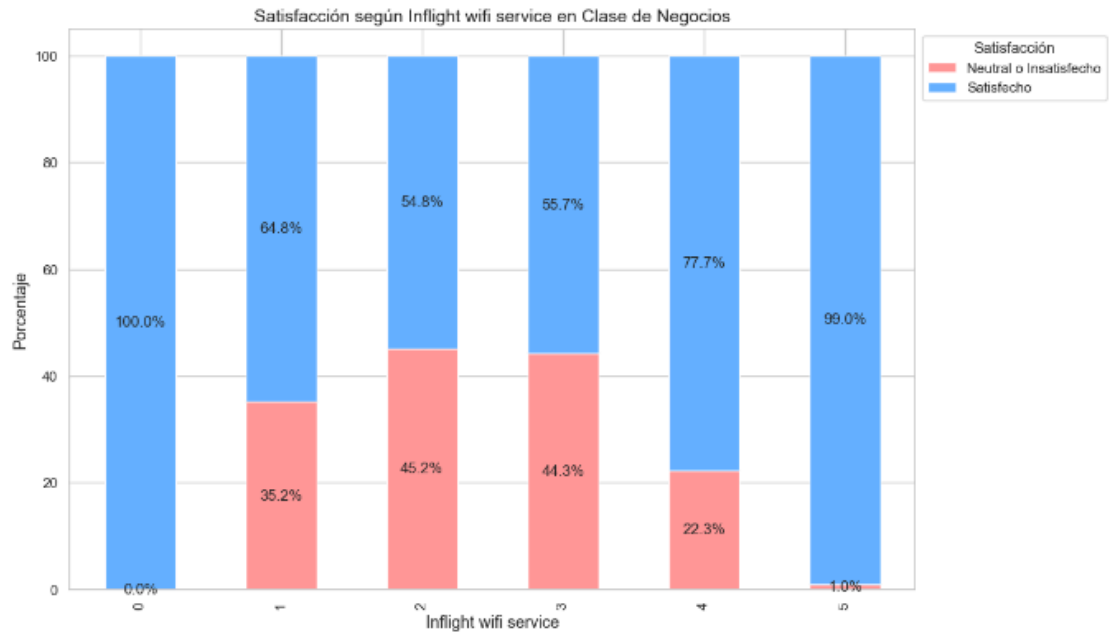
*Grafica de calor basada en los servicios y la importancia de los mismos*

### 3.7. Servicios más/menos satisfactorios (clase de negocios)

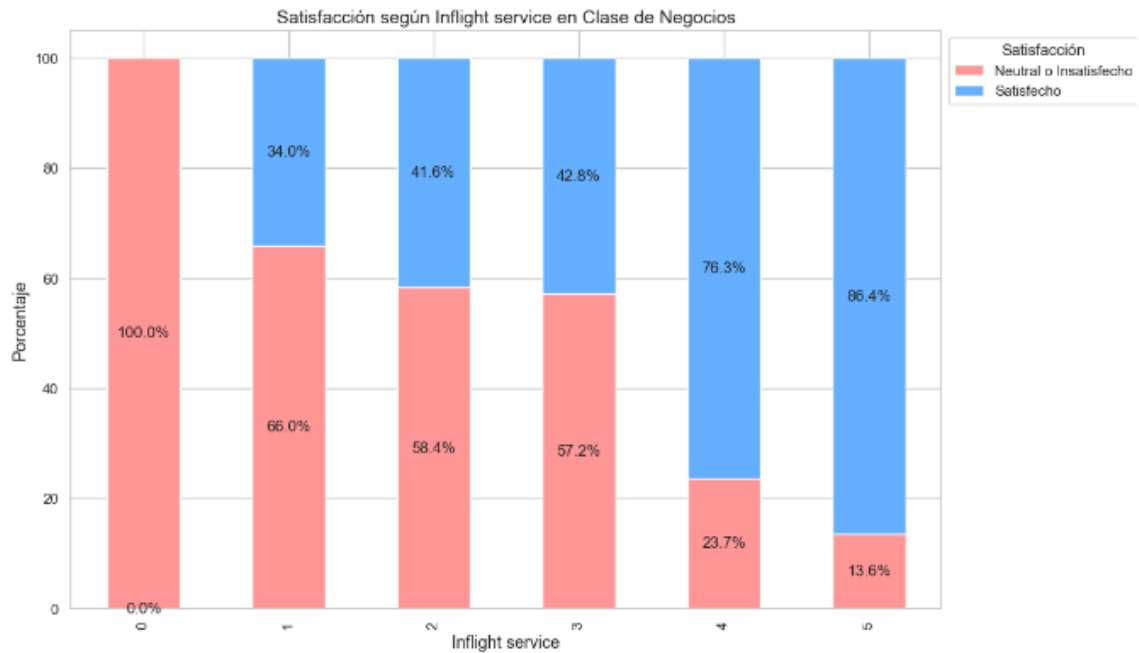
Para realizar la exploración nos enfocamos en todos los servicios que son: Wifi, hora de salida y de llegada, facilidad de reserva en línea, ubicación de la puerta, comida y bebida, embarque en línea, comodidad del asiento, entretenimiento en vuelo, servicio a bordo, manejo de equipaje, servicio de facturación, servicio a bordo, limpieza.

Se puede ver que el servicio más satisfactorio es el wifi con un 75,5% de aceptación, y el servicio menos preferido es el servicio a bordo con 46,5% de satisfacción.





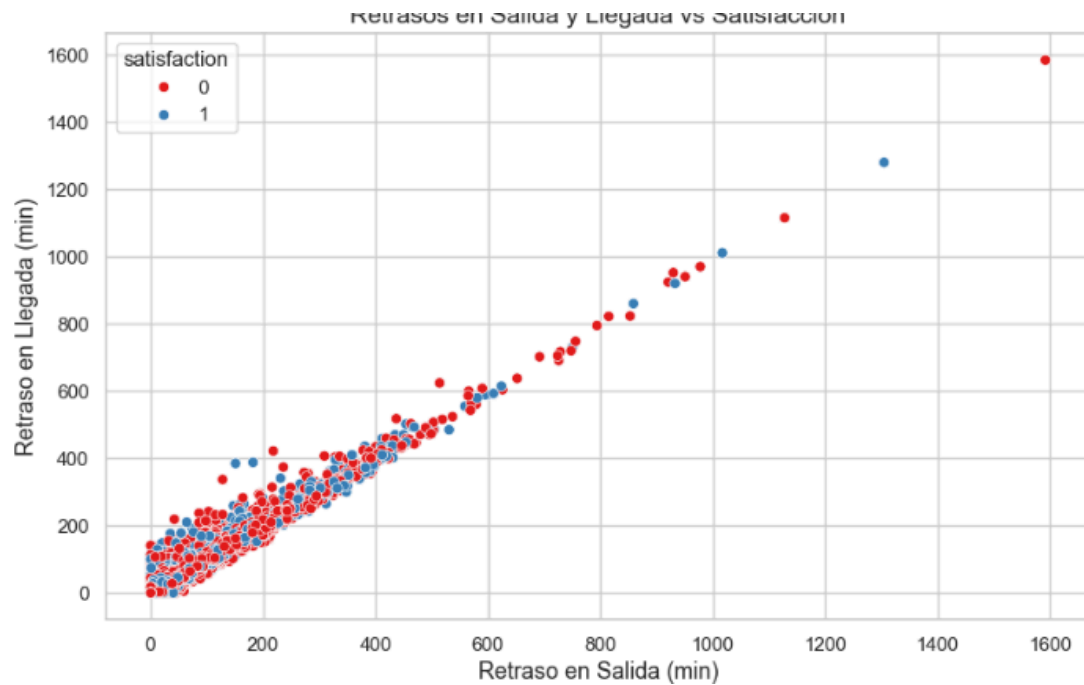
*Gráfica de barras, nivel de satisfacción de wifi*



*Gráfica de barras nivel de satisfacción de servicio a bordo*

### 3.8. Satisfacción según la hora de salida y llegada

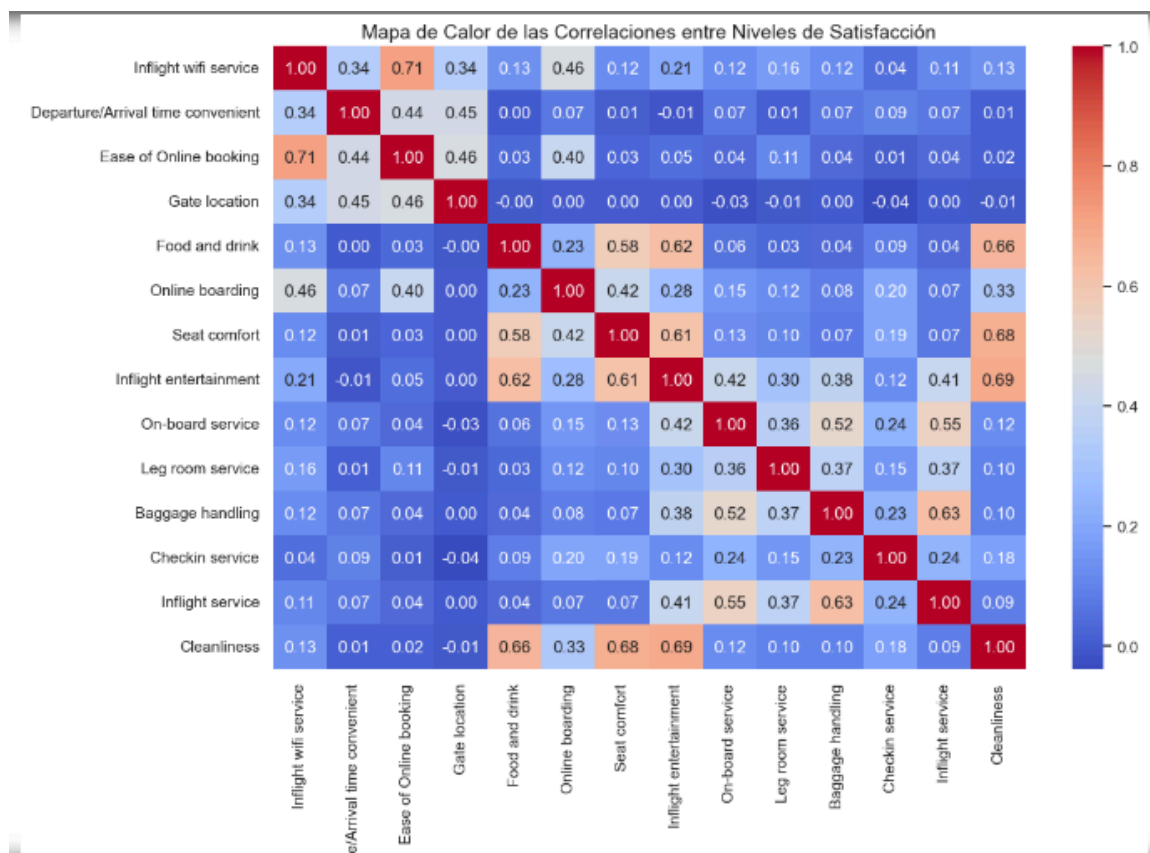
Se realizó una exploración usando los datos de llegada y salida viendo los niveles de satisfacción basados en estos.



*Gráficas de dispersión en base a la satisfacción de las llegadas y salidas*

### ***3.9. Correlación entre niveles de satisfacción***

Se puede ver la correlación entre todos los puntos que se podían calificar.

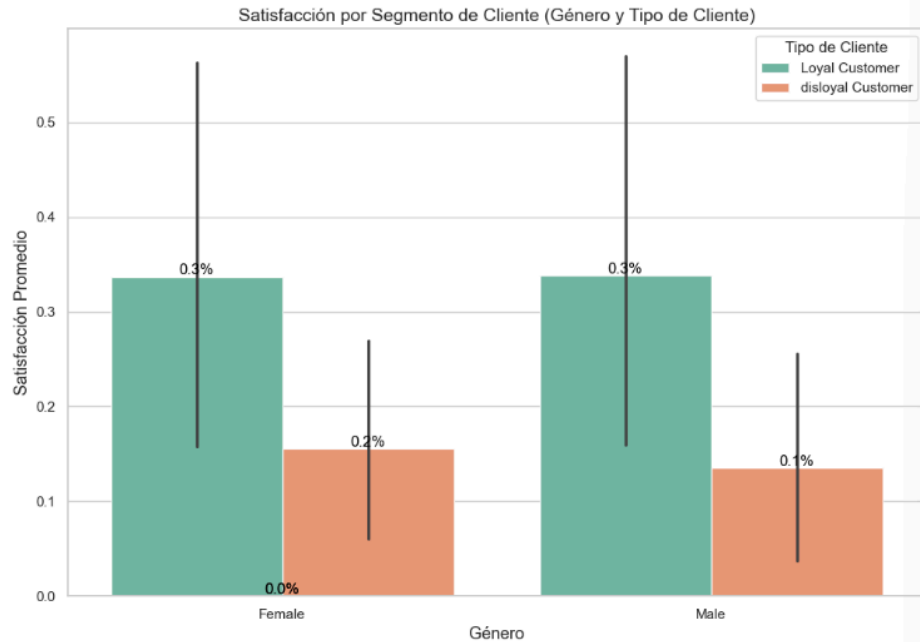


*Grafica de calor de relación entre niveles de satisfacción*

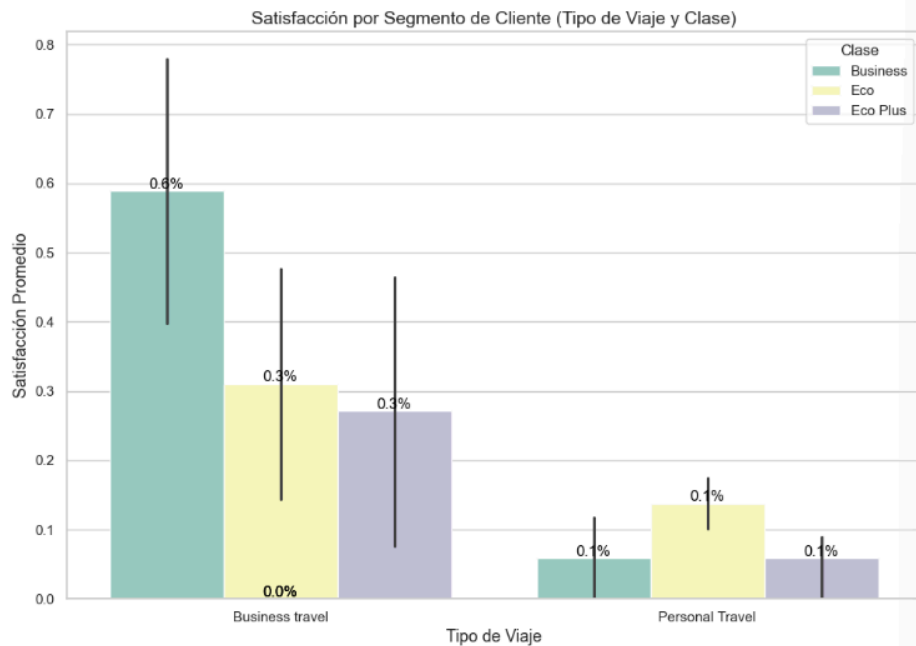
### 3.10. Segmentos de clientes que muestran mayor nivel de satisfacción

Para esta parte se la realizó en 2 para poder saber cual es el mayor nivel de satisfacción dependiendo a clase.

1. Satisfacción por segmento de cliente (Género y tipo de cliente)



## 2. Satisfacción por segmento de cliente (Tipo de viaje y clase)



## 4. Análisis y Discusión

Los datos sugieren que la satisfacción general de los pasajeros puede mejorarse significativamente al enfocarse en los aspectos del servicio que tienen una mayor correlación con la satisfacción general, como la comodidad del asiento, el entretenimiento a bordo y el servicio a bordo. Además, la satisfacción varía significativamente entre diferentes grupos de pasajeros, lo que indica la necesidad de estrategias de mejora adaptadas a cada segmento.

## **5. Recomendaciones**

### **1. Mejorar la Comodidad del Asiento:**

- Considerar la renovación de asientos para ofrecer mayor confort.
- Evaluar el espacio entre asientos para mejorar la comodidad de las piernas.

### **2. Optimizar el Entretenimiento a Bordo:**

- Ampliar la variedad de opciones de entretenimiento.
- Asegurarse de que los sistemas de entretenimiento estén actualizados y funcionando correctamente.

### **3. Fortalecer el Servicio a Bordo:**

- Capacitar al personal para mejorar la calidad del servicio.
- Aumentar la frecuencia de atención a los pasajeros durante el vuelo.

### **4. Espacio para las Piernas:**

- Evaluar la configuración actual de los asientos y hacer ajustes para aumentar el espacio para las piernas.

### **5. Mantener la Limpieza:**

- Implementar procedimientos más estrictos de limpieza durante y entre los vuelos.
- Realizar inspecciones regulares para asegurar altos estándares de limpieza.

### **6. Incentivar la Lealtad del Cliente:**

- Desarrollar programas de fidelización más atractivos.
- Ofrecer beneficios exclusivos para clientes leales.

## **6. Conclusión**

Mejorar los servicios mencionados y seguir las recomendaciones proporcionadas puede ayudar a incrementar significativamente la satisfacción general de los pasajeros. La implementación de estas acciones no solo mejorará la experiencia del cliente, sino que también fortalecerá la imagen de la aerolínea y fomentará la lealtad a largo plazo.