

Informe de Análisis de Satisfacción de Pasajeros de Aerolíneas

Resumen Ejecutivo

En el presente resumen, se lleva a cabo un análisis exhaustivo del grado de satisfacción de los pasajeros en la industria de las aerolíneas. La base de datos utilizada recopila información de pasajeros con diversos perfiles de viaje, categorizados por la distancia del vuelo (corta, media o larga), el propósito del viaje (negocios o personal), la clase de vuelo seleccionada (business, económica y económica plus) y si el pasajero es un cliente recurrente o uno que elige la compañía por primera vez.

Los pasajeros, una vez segmentados según dichos criterios, califican una serie de servicios que abarcan desde la compra en línea hasta la entrega del equipaje después realizado el vuelo, utilizando una escala del 1 al 5, donde 1 representa la menor satisfacción y 5 la mayor.

Proceso de Análisis

El análisis comienza con una fase de limpieza de datos (ETL) para abordar datos faltantes o irregularidades que podrían afectar el análisis estadístico. A continuación, se realiza un análisis descriptivo de los servicios calificados en una escala del 1 al 5.

Se crean categorías adicionales para un análisis más efectivo, incluyendo grupos de edad (0-1, 2-11, 12-18, 31-65, +65), tipos de vuelo (corta, media o larga distancia) y si el vuelo experimentó retrasos en el despegue o aterrizaje.

Categoría de Rango de Edad: Se establecen categorías de edad para reflejar las implicaciones económicas para las aerolíneas, considerando, por ejemplo, a los niños menores de 2 años que viajan con los padres y no requieren asiento adicional.

Categoría de Distancia de Vuelo: Los vuelos se dividen en corta, media o larga distancia utilizando la mediana de las distancias registradas.

Categoría de Demoras de Vuelo: Se crean categorías de "A tiempo", "Demora Esperable" y "Fuera de horario" en función de la media de las demoras de vuelo.

Perfil del Pasajero Frecuente

El análisis del perfil del pasajero frecuente muestra que la mayoría de los pasajeros viajan por motivos laborales, son de edades comprendidas entre 31 y 65 años y no presenta diferencias significativas de género. Además, se revela que el 50% de los viajes son de corta distancia, el 23.86% son de media distancia y el 26.1% son de larga distancia.

Porcentaje de Pasajeros Satisfechos

El análisis inicial busca determinar el porcentaje de pasajeros satisfechos. Se encuentra que el 43.45% de los pasajeros encuestados están satisfechos en general. A continuación, se analizan las variaciones en función de las categorías mencionadas anteriormente.

Clase de Vuelo: Se observa que la elección de la clase de vuelo influye significativamente en la satisfacción, con un 69.44% de satisfacción para la clase business, en contraste con un 18.77% para la clase económica.

Motivo del Viaje: Los viajes de negocios tienen un 58.37% de satisfacción, mientras que los personales tienen solo un 10.13%. Esto se relaciona con la elección de clase de vuelo, ya que el 95% de los viajeros de negocios opta por la clase business.

Edad: Se observa que los pasajeros más jóvenes tienden a calificar de manera más equilibrada en comparación con otros grupos de edad.

Clientes Recurrentes vs. Nuevos Clientes: Los clientes recurrentes tienen un índice de satisfacción del 47.81%, mientras que los nuevos clientes registran un 23.97% de satisfacción.

Factores con Margen de Mejora

En cuanto a la identificación de áreas de mejora en términos de la facturación de las aerolíneas, hemos enfocado nuestra atención en dos grupos específicos de clientes que representan más del 80% de los ingresos totales de la aerolínea: aquellos que son personas mayores de 18 y menores de 65 años que eligen viajar en la clase business y aquellos que eligen vuelos de clase económica dentro del mismo rango de edad.

Grupo de Clientes de Clase Business:

➤ Servicios Previos al Vuelo:

Facilidad de Adquisición del Ticket Aéreo: Se identificó que mejorar la facilidad y comodidad del proceso de compra de boletos aéreos puede tener un impacto positivo en la satisfacción de los clientes de clase business.

Ubicación de la Puerta de Embarque en el Aeropuerto: La experiencia en el aeropuerto puede mejorarse optimizando la señalización y la información sobre la ubicación de la puerta de embarque.

➤ Servicios Durante o Posteriores al Vuelo:

Horario de Embarque y Aterrizaje: Evaluar y ajustar los horarios de embarque y aterrizaje elegidos por la aerolínea para garantizar que se adapten a las necesidades y preferencias de los clientes de clase business.

Servicio de Wi-Fi a Bordo: Mejorar la calidad y disponibilidad del servicio de Wi-Fi a bordo puede aumentar la satisfacción de los pasajeros de clase business.

Grupo de Clientes de Clase Económica:

➤ Servicios Previos al Vuelo:

Servicios de Check-In en Línea: Facilitar y promover el proceso de check-in en línea puede agilizar la experiencia de los pasajeros de clase económica.

Facilidad de Adquisición del Ticket Aéreo: Similar al grupo de clase business, mejorar la accesibilidad y comodidad en la compra de boletos es esencial para los pasajeros de clase económica.

Ubicación de la Puerta de Embarque en el Aeropuerto: Optimizar la señalización y la información sobre la ubicación de la puerta de embarque puede mejorar la experiencia general en el aeropuerto.

➤ Servicios Durante o Posteriores al Vuelo:

Servicio de Wi-Fi a Bordo: Al igual que en el grupo de clase business, la mejora en la calidad y disponibilidad del servicio de Wi-Fi a bordo es un factor clave para la satisfacción de los pasajeros de clase económica.

Es importante destacar que, si bien hemos identificado estas áreas de mejora, aún no contamos con información sobre los costos asociados a las mejoras ni al mantenimiento de los servicios. Para realizar un análisis más completo, sería necesario comparar estos costos con los posibles beneficios en términos de aumento de la facturación.

Factores que Contribuyen a la Satisfacción del Cliente

Se realiza un análisis de regresión para identificar las variables que influyen en la calificación de satisfacción del cliente. Los cinco factores principales son:

- Servicio de Online Boarding (compra de boletos y modificaciones de reservas en línea).
- Servicios de entretenimiento durante el vuelo (películas, música, series, etc.).
- Comodidad del asiento.
- Servicio de wifi durante el vuelo.
- Servicio de atención durante el vuelo.

Conclusiones

En resumen, el análisis sugiere que mejorar la calidad de ciertos servicios específicos, como la facilidad para comprar boletos en línea, la comodidad del asiento y el servicio de wifi durante el vuelo, podría aumentar la satisfacción de los pasajeros y potencialmente impactar positivamente en la facturación de las aerolíneas. Es importante tener en cuenta que, para una evaluación más completa, se requiere un análisis adicional que considere los costos de inversión y mantenimiento relacionados con estas mejoras.