

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTO TORIBIO DE MOGROVEJO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES**  
**ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**



**Calidad de servicio en las aerolíneas de ruta nacional en el Aeropuerto  
Internacional de Chiclayo**

**TESIS PARA OPTAR EL TÍTULO DE**  
**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE SERVICIOS**  
**TURÍSTICOS**

**AUTOR**

**Andrea Milagros Diaz Perez**

**ASESOR**

**Gonzalo Andres Amaro Saldarriaga**

<https://orcid.org/0000-0001-7701-7669>

**Chiclayo, 2025**

**Calidad de servicio en las aerolíneas de ruta nacional en el  
Aeropuerto Internacional de Chiclayo**

PRESENTADA POR

**Andrea Milagros Diaz Perez**

A la Facultad de Ciencias Empresariales de la  
Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo  
para optar el título de

**LICENCIADO EN ADMINISTRACIÓN HOTELERA Y DE  
SERVICIOS TURÍSTICOS**

APROBADA POR

Shirley Ysabel Mantilla Gallardo  
PRESIDENTE

Fatima Del Rosario Calderon Vargas  
SECRETARIO

Gonzalo Andres Amaro Saldarriaga  
VOCAL

## **Dedicatoria**

A mis padres, quienes han sido la fuente inagotable de inspiración y apoyo a lo largo de este viaje académico. Su sacrificio, amor y aliento constante han sido la fuerza motriz detrás de cada paso que he dado. Esta tesis es un tributo a su dedicación inquebrantable y a la creencia en mi capacidad para alcanzar mis metas.

## **Agradecimientos**

Quisiera expresar mi profundo agradecimiento a mi asesor y director de escuela, Gonzalo Amaro, cuya orientación experta, paciencia y dedicación fueron fundamentales para la realización de esta tesis. Agradezco a todas las personas que participaron en mi estudio, cuyas experiencias y perspectivas han enriquecido significativamente este trabajo. Su contribución no solo ha fortalecido la validez de los resultados, sino que también ha sido fundamental para el avance del conocimiento en este campo.

## Calidad de servicio en las aerolíneas de ruta nacional en el Aeropuerto Internacional de Chiclayo

### INFORME DE ORIGINALIDAD

16%

INDICE DE SIMILITUD

16%

FUENTES DE INTERNET

7%

PUBLICACIONES

3%

TRABAJOS DEL ESTUDIANTE

### FUENTES PRIMARIAS

1

[hdl.handle.net](http://hdl.handle.net)

Fuente de Internet

5%

2

[transitare.anahuacoaxaca.edu.mx](http://transitare.anahuacoaxaca.edu.mx)

Fuente de Internet

2%

3

[tesis.usat.edu.pe](http://tesis.usat.edu.pe)

Fuente de Internet

2%

4

[docs.google.com](http://docs.google.com)

Fuente de Internet

1%

5

[repositorio.lasalle.mx](http://repositorio.lasalle.mx)

Fuente de Internet

1%

6

[repositorio.usmp.edu.pe](http://repositorio.usmp.edu.pe)

Fuente de Internet

1%

7

[hemerotecadigital.uanl.mx](http://hemerotecadigital.uanl.mx)

Fuente de Internet

<1%

8

Livise Gissella Riofrio Caraguay, Verónica Cecilia Cabrera González, Jorge Luis López-Lapo. "Cultura tributaria y cumplimiento de

<1%

## Índice

<b>Resumen .....</b>	<b>6</b>
<b>Abstract .....</b>	<b>7</b>
<b>Introducción.....</b>	<b>8</b>
<b>Revisión de literatura.....</b>	<b>10</b>
<b>Materiales y métodos .....</b>	<b>14</b>
<b>Resultados y discusión .....</b>	<b>18</b>
<b>Conclusiones .....</b>	<b>23</b>
<b>Recomendaciones .....</b>	<b>24</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>25</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>26</b>

## Resumen

Esta investigación busca determinar el nivel de calidad del servicio que ofrecen las aerolíneas LATAM y StarPerú en el Aeropuerto Internacional Capitán FAP José A. Quiñones Gonzales de Chiclayo, mediante la evaluación de las percepciones de los pasajeros que utilizan estas aerolíneas. Por ello, el objetivo principal de este estudio es determinar el nivel de calidad del servicio en las aerolíneas con ruta nacional en el Aeropuerto Internacional de Chiclayo. Para llevar a cabo esta investigación, se adoptó un enfoque cuantitativo y de tipo no experimental, utilizando un diseño de corte transversal. La recopilación de datos se realizó mediante la aplicación de un cuestionario SERVPERF a un grupo de 365 pasajeros que utilizan las aerolíneas con sede en Chiclayo. Este cuestionario consta de 22 ítems agrupados en cinco dimensiones clave: elementos tangibles, fiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía. Es importante destacar que el instrumento utilizado demostró ser altamente confiable, con una confiabilidad superior a 0.90. Los resultados de este estudio revelaron que el servicio de calidad ofrecido por las aerolíneas en el Aeropuerto de Chiclayo obtuvo un puntaje promedio de 3.69 sobre un máximo de 5, lo que indica un servicio más alto de lo regular, sin embargo, existen áreas de mejora en cada una de las dimensiones analizadas. Estos resultados son significativos ya que destacan la necesidad de que las aerolíneas evalúen y mejoren sus prácticas de servicio para satisfacer las expectativas de los pasajeros y, en última instancia, mejorar la percepción del aeropuerto y de la región como destino turístico.

Palabras clave: Aerolíneas, calidad de servicio, confiabilidad, capacidad de respuesta, empatía.

JEL: L83, L93

### **Abstract**

This research aims to determine the service quality level offered by the airlines LATAM and StarPeru at the Capitán FAP José A. Quiñones Gonzales International Airport in Chiclayo, by evaluating the perceptions of passengers who use these airlines. Therefore, the main objective of this study is to determine the service quality level of national route airlines at the Chiclayo International Airport. To carry out this research, a quantitative, non-experimental approach was adopted, using a cross-sectional design. Data collection was conducted through the application of a SERVPERF questionnaire to a group of 365 passengers who use the airlines based in Chiclayo. This questionnaire consists of 22 items grouped into five key dimensions: tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy. It is important to highlight that the instrument used proved to be highly reliable, with a reliability score above 0.90. The results of this study revealed that the quality of service offered by the airlines at Chiclayo Airport obtained an average score of 3.69 out of a maximum of 5, indicating a service level above average; however, there are areas for improvement in each of the analyzed dimensions. These results are significant as they emphasize the need for airlines to evaluate and improve their service practices to meet passenger expectations and ultimately enhance the perception of the airport and the region as a tourist destination.

**Keywords:** Airlines, service quality, reliability, responsiveness, empathy.

## Introducción

Hoy en día, el panorama comercial aeroportuario se encuentra en un constante desarrollo. La aparición de nuevas aerolíneas y nuevas rutas, hacen que su nicho de mercado crezca exponencialmente, de la misma forma su servicio al pasajero. El servicio de calidad en las aerolíneas se refiere a los esfuerzos que hacen estas para ofrecer una experiencia satisfactoria y cómoda a los pasajeros durante el vuelo. En este sentido, es importante no descuidar la calidad de servicio que todo pasajero espera recibir en durante su viaje, siendo este, el factor que puede influir en la satisfacción y la lealtad de los usuarios, lo que se convierte en un elemento de valor para el éxito y competitividad de la aerolínea en el mercado.

El aeropuerto de Chiclayo se inauguró en el año 1956 y obtuvo la categoría de internacional en 1994, actualmente se cuenta con dos vuelos semanales de la aerolínea Copa Airlines al aeropuerto de Tocumen, en Panamá y dos aerolíneas de ruta nacional operativas: LATAM Airlines y StarPerú. Aeropuertos del Perú (AdP) se propone incrementar estas cifras e impulsar Chiclayo como un núcleo aéreo para toda la región norte de Perú. (*Modernización Del Aeropuerto Internacional de Chiclayo* | Ineco, n.d.). Con ese objetivo, en el año 2019 se ha puesto en marcha el proyecto de modernización del aeropuerto de Chiclayo con una inversión total de US\$ 340 millones (*Aeropuertos Del Perú*, 2018).

En Diciembre del año 2019, la Organización Mundial de la Salud (OMS) emitió el comunicado oficial acerca del brote de la enfermedad del Coronavirus (COVID-19) en el país de China, pocas semanas después se declaró emergencia sanitaria a nivel global debido a su propagación y gravedad de la enfermedad. Por otro lado, según los informes de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la epidemia originada por el coronavirus, es el mayor impacto que ha tenido el sector comercial aéreo desde la Segunda Guerra Mundial. En el Perú se estimó una pérdida del 77% de los ingresos, impactando de manera inmediata sobre sus indicadores de tráfico aéreo, asimismo se puso en riesgo a 25.533 empleos directos del sector aeronautico. (IATA Economics, 2021).

En marzo de 2020, la aerolínea LATAM suspendió todos los vuelos comerciales internacionales y nacionales, lo que la llevó a reducir drásticamente sus operaciones en el Perú, reportando una pérdida de US\$ 2,120 millones en el primer trimestre. Roberto Alvo, el CEO de la compañía, afirmó que la pérdida contable es una consecuencia previsible provocada por el COVID-19 en la industria aérea en general. Debido a la imposibilidad de operar, los activos de las aerolíneas ven disminuido su valor, lo cual es una situación inevitable. (Diario Gestión Perú, 2020)

Por otra parte, la aerolínea StarPeru también ha sido afectada por la pandemia del coronavirus en Perú. Según lo comentado por la gerenta comercial de StarPerú, la compañía ha tenido que enfrentar dificultades económicas y una disminución en la demanda de vuelos y se ha podido sobrevivir los primeros meses de la pandemia gracias al servicio de vuelos chárter o privados que ofrecían. Valeria Serpa (2020).

En este sentido, el Ministerio de Salud del Perú (MINSA) estableció directrices para el transporte aéreo durante el estado de emergencia, los aeropuertos fueron adoptando las medidas sanitarias y de prevención correspondientes para volver a operar sus vuelos. De esta manera, en el año 2021 el aeropuerto internacional FAP de Chiclayo se estimaron alrededor de 201,990 vuelos de origen (MTC - Dirección General de Aeronáutica & MTC - OGPP - Oficina de Estadística, 2021), una cifra que representa un notable avance del 45.36% respecto al periodo del 2020, año donde se vivió el pico más alto de la pandemia del covid-19.

La presente investigación se propuso como formulación del problema: ¿Cuál es el nivel de calidad de servicio que brindan las aerolíneas con ruta nacional en el Aeropuerto de Chiclayo?, que se desarrolló por la continua afluencia del Aeropuerto Internacional FAP José Abelardo Quiñones Gonzales, simultáneamente se pretende desarrollar e implementar un método para

que las aerolíneas de Aeropuertos del Perú (AdP) identifiquen atributos que aumentaran la satisfacción de sus clientes. De esta manera se propone como objetivo general determinar el nivel de calidad de servicio en las aerolíneas con ruta nacional en el Aeropuerto Internacional de Chiclayo. Asimismo, se formulan los cinco objetivos específicos, los cuales son: determinar la fiabilidad de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo, determinar el nivel de empatía de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo, determinar la capacidad de respuesta al pasajero en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo, determinar el nivel de tangibilidad que perciben los pasajeros en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo, determinar la seguridad de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.

El propósito de la investigación es aportar datos pertinentes y significativos al sector aeroportuario; en este sentido pretende ser un documento útil de apoyo para perfeccionar sus servicios y de esta manera ser beneficioso para las entidades correspondientes.

Cada vez más, los peruanos están optando por el transporte aéreo para llegar a su destino. Muchos de estos vuelos transportan emociones, compromisos, sueños y deseos, incluso algunos de ellos son proyectos de toda una vida. Por lo tanto, es importante resaltar en todo momento la importancia de servicio de calidad en el periodo de permanencia del pasajero en el aeropuerto.

El presente estudio tiene como finalidad evaluar la calidad del servicio ofrecido que brindan las aerolíneas de ruta nacional en Aeropuertos del Perú (AdP) de Chiclayo a sus pasajeros. De este modo, el estudio busca minimizar deficiencias en el servicio aeroportuario y lograr perfeccionar su atención al pasajero con el fin de beneficiar a las compañías en cuestión y el mercado aeronáutico.

Dentro del análisis, como resultados de esta investigación, los beneficiarios directos serán las empresas aeroportuarias en estudio, llegando a comprender las carencias que los usuarios presentan con relación a su servicio. Finalmente, la investigación presenta como beneficiarios indirectos a los pasajeros de las aerolíneas en cuestión, ya que, en base al estudio realizado, se propondría a las aerolíneas aplicar nuevos cambios que los guiarán a las expectativas de sus clientes.

Por último, la investigación podrá ser de uso útil para brindar propuestas de mejora y estrategias para las empresas de como emplear sus recursos de atención y servicio al pasajero de forma óptima, de este modo lograr la satisfacción de sus clientes y a su vez un crecimiento económicamente viable.

## Revisión de literatura

La identificación de una correlación positiva entre calidad del servicio y la fidelidad del cliente es un aspecto crucial en la investigación turística, pues permite detectar las posibles deficiencias en el servicio prestado por las aerolíneas. Esta información es relevante para analizar las brechas existentes en la calidad de servicio y, en consecuencia, mejorar la experiencia de viaje del pasajero. Bueno & Landa (2019) y Garmendia (2019).

Cerna (2020) analizó las variables relacionadas con la calidad del servicio y la satisfacción del pasajero en el Aeropuerto Internacional de Lima, destacó que los indicadores de expectativas fueron identificados como muy importantes y la satisfacción del pasajero con los recursos tangibles fue alta. Esto indica que hay una correlación, lo que convierte a estos aspectos en críticos en la gestión del aeropuerto. En el mismo sentido Castro, Mozombite & Castillo (2019) abordaron la calidad de servicio que brindan diferentes aerolíneas en una misma ciudad, indicando que la que se mantiene en un mayor nivel porcentual de aceptación es debido a la eficiencia y cumplimiento de las dimensiones del instrumento de medición SEVPERF. De igual manera, la percepción del servicio al cliente es un aspecto crucial para el logro del éxito de una aerolínea y la decisión del pasajero para volver a utilizarla. Por tanto, es fundamental tener una visión para fortalecer y llevar a cabo medidas de mejora en dirección a la mejora constante de sus servicios. Ruiz (2020).

Méndez, Rosales & Delgado (2020) llevaron a cabo un estudio que analizó la percepción de calidad del servicio por parte de los usuarios de una aerolínea, mostraron que los pasajeros son cada vez más exigentes con respecto al servicio recibido, especialmente en cuanto a la relación entre costos y beneficios. Los hallazgos dan oportunidad a mejorar la calidad de servicio para satisfacer las expectativas de los usuarios y, en consecuencia, mejorar su rentabilidad y competitividad en el mercado. Desde otro punto de vista, la importancia de calidad de servicio que brinda el aeropuerto desde la gerencia administrativa hasta los trabajadores de cada aerolínea deben proporcionar servicios efectivos y oportunos para satisfacer las expectativas tanto de los aspectos aeronáuticos como administrativos. Grant (2018). En el mismo sentido, la comparación de aerolíneas low-cost con las convencionales en una escala ordinal de cinco valores al estilo de Likert, demuestra que aún existen brechas reducidas que separan a los tipos de aerolíneas, tales servicios incluyen la provisión de alimentos y bebidas, opciones de entretenimiento y comodidad durante el viaje aéreo. La falta de información y claridad sobre los servicios que ofrecen las aerolíneas de bajo costo puede afectar la satisfacción del pasajero y, por lo tanto, su lealtad a la marca. Garmendia & Tavera (2021)

Sin embargo, diversos estudios señalan que presentar un nivel inadecuado de calidad de servicio genera una mala imagen para la aerolínea, pues demuestra la ineficiencia de los elementos tangibles, capacidad de respuesta, la confiabilidad, equipos e instalaciones, lo que genera una sensación de inseguridad y falta de empatía con los usuarios. Cruz (2019) A pesar de ello, el servicio de calidad aéreo es muy elevado lo que la convierte en una de las redes de transporte de mayor relevancia a nivel global a pesar del descenso económico por el SARV-COVID 19 en la prestación del servicio. Es esencial evaluar la operatividad de diversas compañías aéreas en diferentes zonas geográficas, en cuanto a la excelencia del servicio brindado al usuario, y aportar esclarecimiento sobre las desigualdades existentes en cuanto a la calidad del servicio ofrecido por dichas empresas. Santamaría Ruiz (2022).

## *Bases teóricas*

### **Concepto de Calidad**

Existe un gran número de conceptos acerca de calidad, cada uno de ellos es fundamental para tener un entendimiento amplio del estudio aplicado. A continuación, se presentarán conceptos en relación con la variable de calidad, del mismo modo se pretende exponer las herramientas y modelos de medición de calidad de servicio.

Según el Organismo Internacional de Normalización (ISO), la calidad se define como un conjunto de atributos que permiten a una entidad satisfacer las necesidades de sus usuarios, ya sea de manera implícita o explícita. (p. 20). De igual manera, el teórico de la administración japonesa y experto en control de calidad, Ishikawa (1986) señala que el concepto de calidad se orienta netamente en la calidad del producto, es decir todo lo relacionado al trabajo, servicio, proceso, sistema, objetivos y compañía que se le ofrece al cliente. De igual modo, Vargas y Aldana (2014) describen a la calidad como una herramienta de mejora que pretende buscar la excelencia mediante diferentes sistemas orientados al cliente. Se enlazan por medio de un crecimiento eficaz y continuo en toda la organización.

Por otra parte, Gonzales (1994) señala que es fundamental poder identificar la calidad por su medición, ya que se basa en comparaciones de parámetros o modelos de estructura de alto nivel fuera de la realidad, es decir, no mide la calidad real, sino por la que está más allá de una realidad, a la que desearía llegar. En paralelo, Izaguirre (2014) explica que la calidad del servicio al consumidor, consiste en el proceso de la calidad funcional y técnica, que se convierte en aspectos integrales de la prestación del servicio.

De igual manera, Herazo y Huamancayo (2018) explica a la calidad como el nivel de excelencia que una empresa se empeña en poder alcanzar y de esta manera satisfacer a sus clientes, también muestra hasta que punto se ha logrado esta cualidad.

En síntesis, el término calidad intenta exponer las necesidades del cliente en términos de características medibles que permiten el diseño, la creación y la producción de productos o servicios que aumentan la satisfacción del cliente. Por último, Valenzuela (2017), menciona que la calidad debe ir de la mano con el precio del producto o servicio, de esta forma lograr satisfacer las 15 perspectivas del cliente y aumentar el nivel de lealtad del usuario y ampliar la participación en el mercado.

### **Concepto de Calidad de Servicio**

Para los estadounidenses Parasuraman, Zeithaml y Berry (1988), autores del modelo de medición de calidad Servqual, la calidad del servicio tiene un alto valor de significancia como herramienta diferenciadora y competitiva entre las organizaciones de servicio. Por otro lado, Cronin y Taylor (1992), quienes adaptaron el modelo mencionado anteriormente a la escala de medición del Servperf, sostienen que mantener una mejora constante en la calidad de servicio es una de las estrategia más fundamentales que las organizaciones deben emplear para lograr una diferenciación y posicionamiento efectivo y sostenido en el mercado.

La calidad de servicio, según Deming (1989) es el nivel de contento que experimentan los clientes con respecto a un producto o servicio específico, sin discriminación alguna en su criterio. De manera semejante, Arellano (2001), confirma que un buen servicio va más allá de la necesidad real del servicio, es decir, el usuario también necesita un acercamiento psicológico con el cliente. Por lo tanto, una buena gestión de las expectativas de servicio debe basarse en el conocimiento oportuno de las características del consumidor y su comportamiento de compra.

Del mismo modo, Douglas (2002) menciona que la nueva generación de los servicios globales se caracteriza porque impulsa parte de las decisiones estratégicas de las empresas con

productos cada vez más comercializables que satisfacen las necesidades de los consumidores. Además, se evidencia el inicio de una era en la que, a medida que prosperan las economías nacionales, se le otorga una mayor importancia al servicio en todos los sectores y tipos de negocios, y una atención aún mayor a la calidad de servicio. Miguel (2002).

Por otra parte, Duque (2005) en su trabajo denominado “Revisión del concepto de calidad del servicio y sus modelos de medición”, menciona que la medición de la calidad del servicio ha destacado diferencia de criterios. Fundamental se refiere a lo que se está midiendo realmente. Para ello, se utilizan tres constructos para medir la calidad de servicio: calidad, satisfacción y valor.

La percepción de calidad vinculada al producto puede generarse incluso sin que el cliente haya experimentado su consumo de manera directa, ya que esta puede sustentarse en la imagen y reputación construida por la empresa. Por lo tanto, aunque las quejas de los consumidores suelen indicar una baja satisfacción, la falta de quejas no siempre implica una alta satisfacción del cliente. Por lo tanto, generar calidad en el producto implica evitar errores que generen discrepancias en cada etapa del ciclo producto-mercado o flujo de pedidos, y mantener la consistencia hasta el final de todo el proceso para asegurar la satisfacción del cliente y sus necesidades. La disrupción de la imagen ideal del producto para los consumidores en cualquier etapa del ciclo conduce a defectos de calidad e insatisfacción del cliente final. Camisón (2006).

Debido a los diferentes conceptos expuestos, podemos llegar a establecer que el estudio de la calidad de los servicios tiene como objetivo satisfacer las necesidades del usuario en términos de experiencia y nivel de información del consumidor, a través de un conjunto de parámetros limitados por las expectativas del usuario sobre el producto o servicio que el desea obtener.

### **Calidad de servicio en Aerolíneas**

El servicio al cliente en el mundo de las aerolíneas es una actividad donde la actitud personal incide directamente en su desarrollo. En los últimos años la actividad aérea ha tomado un auge de recomendaciones y normas por parte de varios países. Esto da lugar a un desarrollo con un enfoque basado en la regulación de calidad de servicio, utilizando sistemas de servicio al cliente para permitir que los proveedores de servicios de aviación adquieran las habilidades sociales necesarias para brindar servicios de calidad.

En definitiva, podemos considerar que la evaluación de la calidad del servicio en los aeropuertos requiere de un enfoque constante y continuo, dado el alcance y la complejidad de esta actividad aérea, es asegurar de mantener un alto nivel de servicio brindado a los pasajeros en diversas áreas, territorios y dependencias. Es importante enfatizar que la forma en que un operador aeroportuario presta sus servicios en un aeropuerto tiene un impacto significativo, no solo por los resultados económicos en beneficio con la empresa, sino también la conexión que construye con los pasajeros con los que inevitablemente interactúa. Blázquez (2014).

Por otro lado, se debe tener en cuenta que la satisfacción de los pasajeros siempre debe considerarse como una medida clave para evaluar el desempeño del aeropuerto. Es por ello, que la satisfacción se mide comparando cada atributo (dimensión) más valorado por los pasajeros, lo cual es un activo muy importante para un aeropuerto. Dicho brevemente, se puede señalar que una experiencia positiva en el aeropuerto contribuye a que el viaje sea agradable y determina de alguna manera la impresión del país que va a ser visitado y el cumplimiento de los objetivos de la empresa responsable de la operación del aeropuerto. Zeithami, Bitner y Gremier (2009)

## Escala de medición de SERVPERF

La calidad del servicio ha sido evaluada a través de diversos estudios y debates llevados a cabo por expertos en el campo; del mismo modo, muchos autores han iniciado estudios que demuestran la validez del modelo de escala de medición del SERVPERF en sus investigaciones, uno de los más destacados es por Cronin y Taylor (1992), que se basa en gran medida en la percepción y elimina las expectativas del usuario en relación con el servicio. La mecánica de este modelo se basa en la interpretación de las percepciones de los usuarios en función de la satisfacción del servicio, de esta manera nos indica un comportamiento del cliente y la importancia de las características, tal como lo menciona (Ibarra y Casas, 2014, p. 230)

Estas expectativas se expresan a través de las preferencias de los consumidores o cosas basadas en expectativas ideales. También refleja las valoraciones de los consumidores en un momento determinado en el que se utiliza el servicio. Como señalan Ibarra y Casas (2014), existen cinco dimensiones en el modelo que se aplicarán a los servicios estudiados:

**Tangibilidad:** podemos definirla como todo lo que se puede ver y tocar, esto incluye la apariencia de los espacios físicos, los equipos y aspectos personales. En el servicio aéreo es necesario determinar los aspectos internos y externos del ambiente, así como el confort e higiene de los equipos y mobiliario, a partir de lo cual se toman en cuenta los siguientes indicadores: Instalaciones físicas, que incluye los locales, mobiliario y equipos ubicados en la infraestructura, además, la apariencia personal, que se refiere a la percepción que los pasajeros tienen de la imagen que proyecta la empresa, por lo que la presentación de los colaboradores es fundamental

**Fiabilidad:** Sus indicadores a considerar son la precisión y la exactitud. Esta dimensión está relacionada con la actitud que los empleados dan a los clientes. Por lo tanto, se percibe como una métrica a la exactitud, que permite identificar los resultados alcanzados en función de las metas planificadas y la precisión, que es una medida del tiempo asignado al personal para llevar a cabo una actividad.

**Capacidad de respuesta:** Se refiere a la dimensión que mide con sus dos indicadores de asegurar la disponibilidad en conjunto y la vocación para orientar a los clientes, ambos con el fin de poder brindar un trato excelente en la atención a los clientes.

**Seguridad:** Es el conocimiento y la buena voluntad con la que los colaboradores se dirigen a los usuarios, esto es lo que genera sus indicadores de confianza y amabilidad. Para ello, el personal se debe encargar de hacer sentir bien con la atención que sus clientes reciben, como mantener los conocimientos y la buena voluntad suficientes para apreciar el grado de cortesía hacia los clientes.

**Empatía:** En síntesis, significa dar cuidado y atención personal a los clientes, es decir ponerse en su lugar y situación. Esto implica la buena comunicación y el saber escucharlo. La empatía es necesaria proporcionar un servicio personalizado o ajustado a las preferencias del cliente.

## Materiales y métodos

### Enfoque metodológico

La propuesta de investigación se desarrolla siguiendo un enfoque metodológico de naturaleza cuantitativa, puesto que la información recolectada interpreta datos numéricos medibles con indicadores estadísticos asociados al objeto de estudio.

El diseño del estudio fue de tipo no experimental, ya que se estudió la situación sin intervención ni manipulación de la variable de estudio; adicionalmente es de corte transversal porque el fenómeno se estudia en un momento dado, por consiguiente la investigación es de tipo descriptivo simple, ya que permitió que el estudio se exponga en su estado natural, basándose en la observación y el análisis de datos de la variable en estudio y la recolección de datos en un periodo de tiempo sobre la población muestra.

El instrumento utilizado para la investigación fue el cuestionario SERVPERF, que se empleó para la recolección de datos y está adaptado para evaluar la calidad del servicio en las aerolíneas LATAM y StarPerú en el Aeropuerto Internacional Capitán FAP José A. Quiñones Gonzales de Chiclayo.

### Población y Muestra de Estudio

La selección de la población que se analizará en el siguiente estudio está conformado por la cantidad total de pasajeros que hacen uso de las aerolíneas en el aeropuerto de Chiclayo. Para ello se utilizó la serie estadística de tráfico mensual de pasajeros a nivel nacional según las líneas aéreas del año 2022 publicada por el Ministerio de Transporte y Comunicaciones (MTC).

**Tabla 1. Promedio de pasajeros mensuales 2022**

Aerolínea	2022	
	Mayo	Junio
N° de pasajeros		
Latam Airlines	665,345	644,424
StarPerú	65,350	62,972
N° Promedio de pasajeros mensuales	365,298	353,698

Fuente: Estadística de la DGAC-Perú

Según la tabla elaborada con datos estadísticos del MTC, se ha considerado apropiado tomar los meses referentes de Mayo y Junio debido al orden cronológico de las actividades para realizar la encuesta. Por consiguiente, los resultados arrojan que existe un promedio mensual de 353,698 pasajeros que utilizan el servicio de las aerolíneas a nivel nacional en los meses de Mayo y Junio del año 2022. Del mismo modo, la Dirección General de Aeronáutica junto con el MTC elaboraron un informe estadístico porcentual acerca de la participación de los aeropuertos y aeródromos en todo el país.

**Tabla 2. Participación porcentual de Aeropuertos 2022**

<b>Aeropuertos</b>	<b>Participación Porcentual 2022</b>
Lima	48%
Cuzco	12%
Arequipa	7%
Iquitos	4%
Piura	4%
Tarapoto	4%
Trujillo	3%
Pucallpa	3%
Chiclayo	2%

Fuente: Estadística de la DGAC-Perú

Conforme a las datas obtenidas, la ciudad de Chiclayo representa el 2% de participación a nivel nacional hasta la fecha expuesta. Con esta información obtenemos en número de pasajeros mensuales en la ciudad de Chiclayo. Para ello, consideramos sólo el 2% de pasajeros al mes.

Nº de Pasajeros mensuales en la ciudad de Chiclayo	7073
--	------

El tipo de muestreo utilizado en el trabajo de investigación fue probabilístico aleatorio simple, conformado por el número de pasajeros que utilizan las aerolíneas de ruta nacional en el aeropuerto de Chiclayo. En este sentido, se utilizó la fórmula de población finita para calcular el tamaño de la muestra.

$$n = \frac{Nz^2pq}{(N-1)e^2 + z^2pq}$$

En donde:

n: Muestra

N: Población

Z: Nivel de confianza

p: Probabilidad

q: Proporción que no cumple con el criterio de población

E: Margen de error

De esta manera, los resultados de la investigación al 95% de confianza, se aplicó la fórmula expuesta anteriormente, siendo la muestra obtenida de 365 pasajeros seleccionados de manera aleatoria para realizar los análisis comparativos entre las dos aerolíneas de ruta nacional en la ciudad de Chiclayo, las cuales son las empresas aéreas LATAM y StarPerú.

Con el fin de recopilar la información necesaria, se utilizó la técnica de encuesta mediante un cuestionario comparativo entre las aerolíneas que se estudian en la ciudad de Chiclayo. El instrumento utilizado se basa en el Modelo de SERVPERF, el cual consta de 22 ítems distribuidos en cinco dimensiones del modelo: tangibles, confiabilidad, capacidad de respuesta, seguridad y empatía.

El instrumento de recolección de datos se realizó de manera presencial en las instalaciones del Aeropuerto Internacional Capitán FAP José Abelardo Quiñones Gonzales en Chiclayo, utilizando el cuestionario como instrumento de evaluación vía virtual mediante el uso de un código QR de acceso. Para medir la calidad del servicio brindado a los pasajeros, se utilizó una escala de Likert de cinco niveles. Las opciones de respuesta fueron: 1 (Totalmente en desacuerdo), 2 (En desacuerdo), 3 (Neutral), 4 (De acuerdo) y 5 (Totalmente de acuerdo). Además, se aplicó una prueba piloto al 20 % de la muestra con el objetivo de comprobar la confiabilidad del cuestionario, utilizando el coeficiente Alfa de Cronbach. Este paso permitió verificar que los resultados fueran consistentes y fiables. Se consideró como aceptable un nivel de confiabilidad entre 0.80 y 1.0. Finalmente, los datos recolectados fueron tabulados y analizados mediante el software estadístico SPSS versión 25, una herramienta ampliamente usada en investigaciones de tipo cuantitativo.

### Confiabilidad y validez del instrumento

El coeficiente Alfa de Cronbach es una medida estadística que se usa para evaluar qué tan confiable es un instrumento de recolección de datos. Su escala de valores va de 0 a 1; donde un valor de 0 indica que no hay consistencia interna, mientras que un valor de 1 representa una consistencia perfecta. En general, se considera que un resultado por encima de 0.70 presenta una confiabilidad aceptable, y si supera el 0.80, se interpreta como altamente confiable.

**Tabla 3. Confiabilidad del instrumento**

Dimensión	Número de ítems	Alfa de Cronbach
1. Tangibles	5	.954
2. Confiabilidad	4	.946
3. Responsabilidad	4	.948
4. Seguridad	5	.961
5. Empatía	4	.943

*Fuente:* Elaboración propia, a partir de los datos obtenidos en el SPSS, v.25

Los resultados obtenidos en la investigación mostraron que la escala utilizada presenta una coherencia interna satisfactoria en todas sus dimensiones. Tal como se observa en la Tabla 3, el nivel de confiabilidad del instrumento está por encima del 0.90, lo que indica que es altamente confiable. El cuestionario utilizado en este estudio se desarrolló siguiendo una metodología que combinó la validez general del modelo Servqual con las características específicas y contextualizadas del sector de aerolíneas, adaptándolo al enfoque Servperf.

*Consideraciones éticas.*

La investigación, dio cumplimiento a las normas éticas establecidas, en dirección a los siguientes principios:

**Consentimiento informado:** el autor de este trabajo de investigación ha decidido participar voluntariamente con el propósito de su crecimiento profesional, en línea con sus valores, características y principios representativos. Además, se garantiza el respeto ético y los derechos de los sujetos de investigación para prevenir posibles perjuicios. Además, se asegura que la información derivada de las encuestas y los resultados de los datos estadísticos sean auténticos y no hayan sido modificados o alterados.

**Confidencialidad:** El conocimiento de seguridad y protección de los autores de este proyecto de investigación se limita a la información proporcionada para tal fin. Una vez más, debe tenerse en cuenta que la información recopilada solo se utilizó con fines de investigación y no hubo intereses benéficos involucrados, siendo el instrumento de evaluación de manera anónima.

## **Resultados y discusión**

Los resultados del estudio se fundamentan en el análisis de las aerolíneas Latam Airlines y StarPerú, las únicas dos aerolíneas en funcionamiento en Chiclayo de ruta nacional durante el periodo del año 2022. Estas dos compañías desempeñaron un papel destacado en el mercado aéreo de la ciudad durante varios años, atendiendo las necesidades de los viajeros locales y regionales. Además, esta investigación se enfoca en examinar cómo los usuarios de aerolíneas en la Ciudad de Chiclayo perciben la calidad de servicio ofrecida por las aerolíneas en esta región a través de cinco dimensiones fundamentales: Tangibilidad, Confiabilidad, Responsabilidad, Seguridad y Empatía. Para evaluar estas dimensiones, se ha aplicado el enfoque teórico del Modelo SERVPERF, el cual se concentra en analizar las percepciones de los clientes en relación con los servicios que están utilizando y de esta manera comprender su perspectiva.

### **Análisis descriptivo**

La Tabla 4, muestra los resultados e información sobre la composición demográfica de los participantes de la encuesta. Se indica que el 57.8% de los encuestados fueron hombres, mientras que el 42.2% fueron mujeres. La mayor franja de edad de los pasajeros que participaron en la encuesta se situó entre los 26 y los 35 años. Otro hallazgo importante fue que la mayoría de los participantes eran solteros, representando un 54.5% del total. Además, el 54% de los encuestados tenían un título universitario y el 37.3% eran empleados en empresas privadas o públicas. En términos de ingresos, se encontró que el rango de los encuestados iba desde S/.2001 a S/.2500 soles de ingresos mensuales. En cuanto al propósito de los viajes, la mayoría de los encuestados, un 58.9%, viajaron por motivos personales de ocio y/o vacaciones, mientras que el 40.3% lo hicieron por negocios y/o trabajo.

**Tabla 4. Datos demográficos de los pasajeros encuestados**

<b>Variable de control</b>	<b>Frecuencia (%)</b>
<b>Género</b>	
Hombre	57.8%
Mujer	42.2%
<b>Rango de edad</b>	
18--25	18.1%
26-35	29.6%
36-45	26.8%
46-55	18.9%
56-65	6.3%
Más de 65	0.3%
<b>Estado Civil</b>	
Soltero	54.5%
Casado	32.6%
Divorciado	9.9%
Viudo	3.0%
<b>Nivel de educación</b>	
Ed. Básica	10.4%
Universidad	54.0%
Profesional Técnico	16.4%
Maestría	15.3%
Doctorado	3.8%
<b>Nivel de ingresos</b>	
Menos de S/.1200	8.2%
S/.1201-S/.1500	14.8%
S/.1501-S/.2000	27.9%
S/.2001-S/.2500	28.5%
Más de S/.2501	20.5%
<b>Ocupación</b>	
Estudiante	18.9%
Empleador	26.3%
Funcionario Público	17.5%
Empleado	37.3%
<b>Frecuencia de vuelos</b>	
1-2 veces por año	48.5%
3-5 veces por año	34.8%
Más de 5 veces por año	16.7%
<b>Motivo de viaje</b>	
Negocios/trabajo	40.3%
Ocio/vacaciones	58.9%
Otro	0.8%

En la Tabla 5, se especifican las medias y desviaciones estándar de los constructos del estudio, evidenciando una media superior a 3.60 y una desviación estándar mayor a 0.70 en las dimensiones de: tangibilidad, confiabilidad, responsabilidad, seguridad y empatía

**Tabla 5. Medias y desviación estándar de las dimensiones**

<b>Dimensiones</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
Tangibles	365	3.695677321	0.731383326
Confiabilidad	365	3.664970646	0.737817742
Responsabilidad	365	3.690410959	0.730840793
Seguridad	365	3.710410959	0.71556563
Empatía	365	3.713013699	0.720399261

El resultado de la Moda en la tabla 6 se interpreta como el puntaje o valor con mayor frecuencia que los pasajeros perciben en cada una de las dimensiones propuestas. Estos puntajes demuestran que la mayoría de los pasajeros califica positivamente el servicio en las aerolíneas del aeropuerto de Chiclayo.

Sin embargo, es importante señalar que la dimensión de empatía obtuvo el puntaje relativamente más bajo en comparación con las otras dimensiones. Esta dimensión se centra en la atención personalizada, la resolución de dificultades en cada servicio de vuelo y la interacción con los pasajeros antes, durante y después del vuelo. Del mismo modo, implica escuchar atentamente, tratar con amabilidad, respeto y paciencia a los consumidores, y cuestiona la calidad de este aspecto en el servicio prestado por las aerolíneas.

**Tabla 6. Moda de las Dimensiones**

<b>Dimensiones</b>	<b>Moda</b>
Tangibles	3.9
Confiabilidad	4.0
Responsabilidad	4.0
Seguridad	3.9
Empatía	3.75

En la Tabla 7 se presentan la media y la desviación estándar de la variable analizada, la calidad de servicio, revelando una media superior a 3.60 y una desviación estándar mayor a 0.60; lo que nos indica un puntaje relativamente superior a una calidad servicio regular según los resultados.

**Tabla 7. Calidad de servicio**

<b>Variable</b>	<b>N</b>	<b>Media</b>	<b>Desviación estándar</b>
Calidad de servicio	365	3.695687683	0.664518839

El estudio realizado evaluó el servicio de calidad de las aerolíneas en el Aeropuerto de Chiclayo y obtuvo un puntaje promedio de 3.69 de 5, lo que indica que existen ciertos aspectos en cada una de las dimensiones que contribuyen al puntaje. Estos resultados resaltan la importancia de seguir trabajando en el desarrollo y mejora continua del servicio de las aerolíneas en Chiclayo, con el objetivo de brindar una experiencia más satisfactoria y eficiente a los pasajeros. Es importante que las aerolíneas y el aeropuerto puedan realizar acciones específicas para abordar las áreas de oportunidad identificadas y elevar el nivel de calidad del servicio en general.

## **Discusión**

Al examinar la visión general de los pasajeros acerca de la calidad de atención proporcionada por las aerolíneas en el Aeropuerto Internacional Capitán FAP José Abelardo Quiñones Gonzáles, situado en la ciudad de Chiclayo, se ha identificado una preponderancia de evaluaciones positivas. Este análisis se basa en la evaluación de cinco dimensiones esenciales que juegan un papel crucial en la determinación de la calidad del servicio ofrecido por las aerolíneas, utilizando el marco del modelo SERVPERF.

En el respaldo de esta aplicación, se tiene a la investigación de Bueno & Landa, (2019) que presenta un enfoque muy relevante y valioso para entender la dinámica de la industria de la aviación en el departamento Junín en Perú. Con un escenario similar a la presente investigación, los autores mencionan que el aeropuerto se limita a una única aerolínea, LATAM, lo que ha llevado a los viajeros a depender de una única opción de transporte aéreo y con ello evidenciar una disminución y baja calidad de servicio. Sin embargo, en comparación con esta investigación donde inicialmente y en el momento del estudio tan solo operaban dos aerolíneas, los resultados analizan un impacto positivo en la calidad de servicio identificada por los pasajeros en el aeropuerto de Chiclayo. En el caso de los hallazgos de Ruiz (2020), al igual que en esta investigación, se trabajó con la aplicación de un cuestionario aplicado a pasajeros de la aerolínea LATAM en el aeropuerto internacional de Iquitos, donde se destacó los buenos resultados en cada dimensión, señalando la importancia de que las aerolíneas desarrollen una visión estratégica que les permita fortalecer y llevar a cabo medidas de mejora continua en la dirección de sus servicios. Estos esfuerzos de la aerolínea LATAM, demuestran que la empresa sigue manteniendo altos estándares de calidad necesarios para preservar la buena atención al cliente, esto se evidencia en el aeropuerto de Iquitos y en la ciudad de Chiclayo. En este mismo enfoque, Santamaría Ruiz (2022), resalta la significativa posición de las aerolíneas en la industria del transporte y subraya la esencial tarea de evaluar y mantener una operatividad constante de calidad de servicio por parte de cada aerolínea. Estos planteamientos enfatizan la necesidad de mantener los elevados estándares de calidad y satisfacción del cliente en el sector de la aviación. El estudio de las aerolíneas de Chiclayo demuestran mantener un estándar de calidad alto, lo que significa que el enfoque en la mejora continua de la calidad es constante en la industria de la aviación. Esto sugiere que, a pesar de las diferencias geográficas, existe un consenso general en la importancia de brindar calidad de servicio, lo que podría ser un objetivo compartido por las aerolíneas tanto en Europa y Oriente Medio como en Chiclayo.

Méndez, Rosales & Delgado (2020), donde presentan el éxito de la aerolínea low cost Volaris en México y enfatizan la importancia de evaluar la relación entre costo y beneficio que los usuarios experimentan. Una dinámica similar se refleja en la investigación actual, que se centra en el análisis de la aerolínea de bajo costo StarPerú en la ciudad de Chiclayo y la aerolínea convencional, como LATAM, donde los resultados señalan las diversas diferencias de percepción de los pasajeros y sus factores competitivos como las tarifas e incluir servicios adicionales, como comidas, transporte de equipaje o prioridades de abordaje, en sus tarifas base.

Este enfoque en mantener los costos bajos y tarifas competitivas ha permitido a las aerolíneas de bajo costo atraer a un segmento específico de pasajeros que priorizan la economía en sus viajes y están dispuestos a sacrificar ciertos servicios a cambio de precios no elevados. Por lo tanto, la calificación en la calidad del servicio no necesariamente refleja una deficiencia por parte de StarPerú que se diferencia por permitir incluir equipaje sin costo extra en su tarifa base, sino más bien una decisión estratégica que se alinea con su modelo de negocio.

Un estudio similar, pero con un enfoque hacia cada aspecto del servicio fue analizado por Garmendia & Tavera (2021) realizando un análisis comparativo entre aerolíneas de bajo costo y convencionales. Estos autores afirman que la limitada competencia en la industria aérea puede facilitar la fidelización de los pasajeros, ya que tienen menos opciones para comparar. Esta afirmación se refleja en la región de Lambayeque con las aerolíneas donde en el momento de estudio solo existían dos aerolíneas de ruta nacional y los resultados en términos de calidad de servicio son positivos para ambas. Así mismo, Cruz, (2019) en su investigación del aeropuerto internacional de Cusco, se señala la ineficiencia en las dimensiones del SERVQUAL con un promedio por debajo 2.50, pues afirma que aún hay brechas que las aerolíneas deben afrontar. No obstante, según los resultados de esta investigación, todas las dimensiones impactan de manera positiva en la calidad del servicio al cliente, ya que son significativas en el modelo aplicado. Adicionalmente, los resultados de la investigación difieren significativamente de los hallazgos de Cerna (2020), quien llevó a cabo un estudio en el aeropuerto Internacional Jorge Chávez de la ciudad de Lima. En su investigación, Cerna encontró una relación entre la calidad del servicio y la satisfacción del pasajero, destacando la amabilidad como el aspecto más importante. No obstante, en este estudio, enfocado en las aerolíneas que operan en la ciudad de Chiclayo, se observó que los factores más relevantes fueron la confiabilidad y responsabilidad, lo que resalta su peso en la percepción de calidad por parte de los pasajeros. Esta diferencia de resultados podría estar relacionada con características propias de cada aeropuerto, así como con la naturaleza de las rutas y el perfil de los usuarios. Aun así, ambos estudios coinciden en un punto clave: las preferencias de los pasajeros varían según el contexto, lo que refuerza la necesidad de adaptar las estrategias de calidad del servicio. En tal sentido, la amabilidad, la confiabilidad y la responsabilidad siguen siendo elementos fundamentales en la experiencia del pasajero dentro del sector.

Completando estos hallazgos, resulta importante considerar el enfoque de Grant (2018), quien resalta la importancia de la gestión administrativa y el compromiso del empleado en cada aerolínea, dando a entender que son estos los elementos clave para evaluar la calidad del servicio ofrecido a los usuarios. Este planteamiento se relaciona con la presente investigación, ya que ambos trabajos buscan analizar la calidad del servicio en el entorno aeroportuario. No obstante, mientras nuestro estudio se enfoca en la percepción que tienen los pasajeros sobre las aerolíneas, el autor dirige su análisis hacia los directivos y mandos intermedios del Aeropuerto Internacional de Tocumen, en Panamá. A pesar de estas diferencias en el público objetivo, la de los usuarios y la del personal administrativo, el objetivo se complementan y aportan una visión más completa sobre cómo mejorar la calidad del servicio. Por un lado, los pasajeros brindan información valiosa sobre su experiencia y nivel de satisfacción, mientras que los responsables de la gestión, es decir los trabajadores pueden ofrecer una mirada interna sobre las estrategias y procesos que sustentan un servicio eficiente y de calidad.

## Conclusiones

La investigación sobre la calidad del servicio brindado por las aerolíneas Latam Airlines y StarPerú en el Aeropuerto de Chiclayo durante el año 2022 han arrojado resultados que permiten analizar aspectos fundamentales como la fiabilidad, seguridad, tangibilidad, capacidad de respuesta y empatía. Estos hallazgos proporcionan información relevante que puede servir como base para fortalecer la competitividad del sector aéreo en esta región. A partir del análisis realizado, se concluye que el nivel promedio de calidad del servicio ofrecido por ambas aerolíneas en ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo fue de 3.69 sobre 5, lo que nos indica un servicio aceptable por encima de lo regular. A pesar de este resultado positivo, todavía hay aspectos que se pueden mejorar para optimizar la experiencia de los pasajeros y reforzar la imagen del aeropuerto como un destino turístico. Respecto a la dimensión de fiabilidad, los usuarios calificaron este aspecto con un promedio de 4 sobre 5, lo que refleja un alto grado de confianza en el servicio. No obstante, también se identificaron oportunidades de mejora, especialmente en cuanto a la puntualidad, ya que se descubrió que es una de las principales quejas reportadas. También se sugiere reforzar la resolución eficiente de inconvenientes y una comunicación clara en situaciones extraordinarias, lo cual contribuiría a mejorar la confianza del pasajero. En cuanto a la empatía, nos arrojó un puntaje de 3.75 sobre 5, siendo una de las dimensiones con menor valoración. Este resultado nos indica la gran necesidad de que el personal de las aerolíneas muestre mayor atención a las necesidades individuales de cada uno de los pasajeros. Una actitud más cercana, individual y comprensiva puede marcar una diferencia significativa en la percepción del servicio de calidad. Acerca de la capacidad de respuesta, los resultados muestran un promedio de 4 sobre 5, colocándola junto a la fiabilidad como una de las dimensiones mejor reconocidas por los pasajeros. Este desempeño refleja un buen nivel de atención y disposición del personal ante las solicitudes de los pasajeros. Sin embargo, es recomendable seguir fortaleciendo este aspecto para mantener los niveles alcanzados. En relación a la tangibilidad, los usuarios indicaron que se situó en 3.9 sobre 5, lo que representa una valoración favorable de las instalaciones y equipos que ambas aerolíneas ofrecen. Sin embargo, se evidenció una diferencia importante entre las empresas evaluadas, mientras que Latam Airlines fue calificada frecuentemente con un 4, siendo percibida como moderna y con equipos seguros, StarPerú recibió un promedio de 3, lo que sugiere mejorar la percepción de sus recursos tangibles. Estos resultados reflejan la importancia de que StarPerú implemente mejoras visibles para mantener su competitividad. Finalmente, en el aspecto de la seguridad, los pasajeros otorgaron una puntuación promedio de 3.9 sobre 5. Este valor nos refleja una percepción general positiva sobre las medidas adoptadas por las aerolíneas para garantizar la seguridad. Sin embargo, dado que se trata de un elemento crítico en el sector, es fundamental mantener una mejora continua en este ámbito.

## Recomendaciones

Aunque los resultados obtenidos en la investigación son en su mayoría positivos, es importante que las aerolíneas analizadas en cuestión, continúen trabajando en la mejora de cada uno de los aspectos relacionados con la calidad del servicio ofrecido a sus pasajeros del Aeropuerto Internacional de Chiclayo. Es importante señalar que mantener el nivel actual y seguir elevando los estándares es clave para asegurar la satisfacción de los usuarios y de esta manera fortalecer la posición competitiva en la industria aérea de la región. La confianza de los pasajeros, así como su fidelidad, dependen en gran medida al compromiso sostenido con la mejora continua.

A pesar de que la calidad general del servicio alcanzó una puntuación promedio de 3.69 sobre 5, se considera como un nivel aceptable; este resultado también pone en evidencia que todavía hay espacio para seguir mejorando. Tanto las aerolíneas como el mismo aeropuerto deben enfocarse en atender aquellas dimensiones que fueron menos valoradas, como la empatía, con el objetivo de ofrecer una experiencia cada vez más completa y satisfactoria a los usuarios.

Particularmente, la dimensión de la empatía obtuvo la calificación más baja en comparación con las demás, este resultado nos indica la necesidad existente de las aerolíneas hacia sus pasajeros, es importante que se preste mayor atención a cómo su personal se relaciona con los pasajeros, mostrando una actitud comprensiva y cercana. Para lograrlo, se sugiere implementar programas de formación enfocados al desarrollo de habilidades blandas, como la escucha activa, la comunicación efectiva y el trato respetuoso. Trabajar en estos aspectos no solo contribuiría a mejorar la percepción del servicio, sino también a fortalecer la imagen hacia las aerolíneas, beneficiando al Aeropuerto de Chiclayo como destino.

Por otro lado, en el cuestionario aplicado se incluyó una pregunta abierta para que los pasajeros pudieran compartir sugerencias acerca de cómo mejorar el servicio según sus necesidades. A partir de las respuestas, se ha podido identificar recomendaciones específicas. Por ejemplo en el caso de LATAM, los usuarios indican que se debe mejorar la atención al cliente, tanto en tierra como a bordo, de esta manera se puede garantizar una experiencia satisfactoria a lo largo de todo el viaje. En el caso de la aerolínea StarPerú, se mencionó de manera insistente la importancia de cumplir con los horarios programados y se sugirió invertir en la modernización de la flota. Estas observaciones, surgidas directamente desde la voz de los pasajeros, pueden ser de gran utilidad para que ambas aerolíneas atiendan áreas clave de mejora y continúen ofreciendo un servicio de mayor calidad.

## Referencias

- Aeropuertos del Perú.* (2018). <https://adp.com.pe/es/noticias/modernizacion-del-aeropuerto-de-chiclayo-iniciara-en-2019-con-inversion-de-us-34>
- Bueno Larrazabal, A., & Landa Oré, B. (2019). *Relación entre calidad de servicio y lealtad de cliente hacia las aerolíneas que operan en el aeropuerto Francisco Carlé-Jauja.*
- Castro Gatica, N., Pinedo Mozombite, G. P., & Ríos Castillo, J. C. (2019). *Calidad de servicio en aerolíneas de la ciudad de Tarapoto, 2019.*
- Cerna Huarachi, V. M. (2020). *LA CALIDAD DEL SERVICIO Y LA SATISFACCIÓN DEL PASAJERO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL JORGE CHAVEZ 2020.*
- Cronin, J., & Taylor, S. (1992). Measuring Service Quality: A Reexamination and Extension. *Https://Doi.Org/10.1177/002224299205600304*, 56(3), 55–68. <https://doi.org/10.1177/002224299205600304>
- Cruz Alburqueque, L. F. (2019). *CALIDAD DE SERVICIO EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL ALEJANDRO VELASCO ASTETE CUSCO – 2018.*
- Diario Gestión Perú. (2020). *Latam Airlines registra pérdidas por US\$ 2,120 millones en primer trimestre .* <https://gestion.pe/economia/empresas/latam-airlines-registra-perdidas-por-us-2120-millones-en-primer-trimestre-noticia/>
- Garmendia Mora, J. C. (2019). *Satisfacción y lealtad del cliente en las operaciones domésticas de las aerolíneas colombianas.* <https://www.redalyc.org/journal/631/63164188006/63164188006.pdf>
- Garmendia Mora, J. C., & Tavera Morales, D. A. (2021). *Aerolíneas bajo costo y convencionales: la satisfacción y lealtad de sus clientes.* <https://doi.org/10.12804/revistas.urosario.edu.co/empresa/a.10523>
- Grant, J. M. (2018). *LA CALIDAD TOTAL APLICADA A LA GERENCIA DE OPERACIONES DEL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE TOCUMEN S.A.* <http://up-rid.up.ac.pa/1657/1/julius%20%20grant.pdf>
- IATA Economics. (2021). *Perú COVID-19 Conferencia de Prensa.*
- Méndez Sosa, M., Rosales Mendoza, O., & Delgado Ayala, M. (2020). *CALIDAD EN EL SERVICIO EN LA AEROLINEA VOLARIS EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE LA CIUDAD DE MÉXICO.* <https://www.eumed.net/rev/rilcoDS/03/aerolinea-volaris.html>
- Modernización del Aeropuerto Internacional de Chiclayo | Ineco.* (n.d.). Retrieved September 18, 2022, from <https://www.ineco.com/webineco/content/buscador-de-proyectos-1/modernizaci%C3%B3n-del-aeropuerto-internacional-de-chiclayo>
- MTC - Dirección General de Aeronáutica, & MTC - OGPP - Oficina de Estadística. (2021). *Tráfico Aéreo de Pasajeros a Nivel Nacional, según Aeropuerto Origen 2021.* <https://www.gob.pe/institucion/mtc/informes-publicaciones/343577-estadistica-de-pasajeros>
- Parasuraman, A., Zeithaml, V., & Berry, L. (1988). SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality 1998. *Journal of Retailing*, 64(1), 12–40. <https://books.google.com/books?hl=es&lr=&id=pGIPEAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA30&ots=whkSHpFWD-&sig=fYRtJciKgnZ-eLZ7mN9hR4waOa4>
- Ruiz Bosmediano, S. G. (2021). *Percepción sobre la calidad del servicio al cliente de LATAM, en el Aeropuerto Internacional Francisco Secada Vigneta, Iquitos 2020.*
- Santamaría Ruiz, M. (2022). *El servicio de calidad en las aerolíneas europeas y aerolíneas de Oriente Medio.*
- Valeria Serpa, G. C. de S. (2020). *Star Perú: “Hemos sobrevivido por el negocio chárter” | Semana Económica.* <https://semanaeconomica.com/sectores-empresas/turismo/star-peru-la-manera-en-la-que-hemos-sobrevivido-ha-sido-con-el-negocio-charter>

## Anexos

### Cuestionario utilizado en la investigación

#### *Calidad de servicio en las aerolíneas de ruta nacional en el aeropuerto internacional de Chiclayo*

*¡Bienvenido al formulario de evaluación de calidad de servicio de las aerolíneas en el Aeropuerto de Chiclayo! Su opinión es muy importante para nosotros, conocer tu experiencia ayudará a mejorar los servicios de las aerolíneas. La información recolectada será utilizada con fines netamente educativos. Agradecemos su tiempo y honestidad al responder las siguientes preguntas. ¡Empecemos!*

#### **Información General**

1. Por favor, indique su género

Masculino       Femenino

2. Por favor, indique el rango de edad

18-25     26-35     36-45     46-55     56-65     Más de 65

3. Por favor, indique su estado civil

Soltero     Casado     Divorciado     Viudo     Otro

4. Por favor, indique su grado máximo de estudios logrado o concluido

Ed. Básica     Universidad     Profesional Técnico     Maestría     Doctorado

5. Por favor, indique su nivel de ingresos mensuales

Menos de 1200     1201-1500     1501-2000     2001-2500     Más de 2501

6. Por favor, indique su ocupación actual

Estudiante     Empleador     Funcionario público     Empleado

7. Por favor, indique la frecuencia en sus vuelos

1-2 veces por año     3-5 veces por año     Más de 5 veces por año

8. ¿Cuál es o fue su principal razón o motivo de este vuelo?

Negocios/trabajo     Ocio/vacaciones     Otro \_\_\_\_\_

9. ¿Ha utilizado ambas aerolíneas de ruta nacional desde y/o hacia Chiclayo? (Latam Airlines y StarPerú)

Si     No

**DIMENSIÓN 1. TANGIBLES****Apariencia de las instalaciones físicas, equipos, personal, materiales y equipo.**

ITEM	Totalmente en desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
1.La señalización, información, videos y revistas, resultaron adecuados para orientar, facilitar y hacer de su vuelo más placentero.						
2. El ambiente brindado por la aerolínea en cuanto al servicio es limpio, cómodo, confortable y atractivo.						
3. El personal de la aerolínea mostró tener una apariencia limpia, bien vestida, pulcra y agradable durante todo el servicio.						
4. La aerolínea cuenta con equipos, infraestructura y aeronaves modernas, suficientes y necesarias para brindar una atención segura y de calidad.						
5. La dimensión en espacio entre los asientos y la confortabilidad de los mismos, resultaron de lo más cómodo y relajante para su vuelo.						

**DIMENSIÓN 2. CONFIABILIDAD****Habilidad para ejecutar el servicio prometido de forma fiable y cuidadosa**

ITEM	Totalmente en desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
6. El servicio otorgado por la aerolínea fue el correcto y sin error a la primera.						
7.Existen procedimientos remediales por parte de la aerolínea para asegurar el equipaje en caso de pérdida o retraso.						
8.Existe una programación variable de vuelos, en cuanto a salidas, llegadas y destinos, así como diversos canales para la expedición de boletos.						
9. Existen diversos canales de comunicación para la expedición de boletos de forma fiable y segura.						

**DIMENSIÓN 3. RESPONSABILIDAD****Disposición y voluntad para ayudar al pasajero y proporcionar un servicio rápido y confiable**

ITEM	Totalmente en desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
10. Se responde de forma personal las solicitudes o quejas derivadas del servicio que se ofrece a los pasajeros.						
11. Se mantiene informados a los pasajeros de manera puntual en cuanto a los servicios que se ofrecen a los pasajeros.						
12. La atención brindada por parte del personal encargado de la documentación, fue rápido, confiable y seguro.						
13. La realización de los vuelos se hacen regularmente en tiempo de acuerdo a lo programado.						

**DIMENSIÓN 4. SEGURIDAD****Conocimiento, atención y habilidades mostradas para inspirar credibilidad y confianza**

ITEM	Totalmente en desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
14. El personal de la aerolínea le brindó el tiempo suficiente para responder a todas sus dudas o preguntas sobre su itinerario o servicio de vuelo.						
15. El personal de la aerolínea mostró e inspiró confianza en el servicio y atención.						
16. El personal de la aerolínea mostró sus habilidades y conocimientos en el área al momento de brindarle el servicio.						

17. El problema o dificultad presentada y que por la cual fue atendido, se resolvió en tiempo y/o mejoró notablemente.					
18. El viajar en esta aerolínea me dio la confianza y seguridad que llegaría en tiempo y forma a mi destino final					

**DIMENSIÓN 5. EMPATÍA**

Atención individualizada que se ofrece en el servicio que se brinda

ITEM	Totalmente desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
19. El personal administrativo y de vuelo de la aerolínea lo escuchó atentamente y lo trató con amabilidad, respeto y paciencia.						
20. El personal de la aerolínea mostró interés en solucionar cualquier dificultad que se haya presentado durante su vuelo o atención.						
21. La aerolínea ofrece otros servicios relacionados con el viaje, como renta de autos, hoteles, agencia de viajes, etcétera.						
22. El personal de la aerolínea le brindó una atención personalizada y resolvió cualquier dificultad que se haya presentado antes, durante y después de vuelo.						

**DIMENSIÓN 6. SATISFACCIÓN DEL CLIENTE**

ITEM	Totalmente desacuerdo	en	En desacuerdo	Ni en acuerdo ni en desacuerdo	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
23. Estoy satisfecho con la decisión de haber seleccionado esta aerolínea.						
24. Elegir volar en esta aerolínea de bajo costo fue la opción correcta.						
25. Mi elección fue la mejor						
26. He tenido buenas experiencias de vuelo con esta aerolínea de bajo costo.						
27. Los snack o botanas que me ofrecieron en la aerolínea fue de mi entera satisfacción y agrado.						

ITEM	1	2	3	4	5
En una escala del 1 al 5, siendo el 1, un servicio pésimo y 5, un servicio excelente, ¿cómo calificaría el servicio general que le brindó la aerolínea LATAM?					
En una escala del 1 al 5, siendo el 1, un servicio pésimo y 5, un servicio excelente, ¿cómo calificaría el servicio general que le brindó la aerolínea StarPerú?					

¿Qué sugiere para que la aerolínea LATAM brinde un mejor servicio y atención a sus pasajeros?

---



---

¿Qué sugiere para que la aerolínea StarPerú brinde un mejor servicio y atención a sus pasajeros?

---



---

Link de la encuesta al 100%

<https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSfrIHTYBqye3TAj83FiR1sxhoa4WsSWi-XXRSdVcNKlu6RsQg/viewform?usp=sharing>

**Anexo 2. Matriz de Consistencia**

Problema de investigación	Objetivo principal	Variables	
<p>¿Cuál es el nivel de calidad de servicio que brindan las aerolíneas con ruta nacional en el Aeropuerto de Chiclayo 2022?</p>	<p>Determinar el nivel de calidad de servicio en las aerolíneas con ruta nacional en el Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</p>	<p>Calidad de servicio</p>	
	<p>Objetivos Específicos</p>	<p>Dimensiones</p>	<p>Indicadores</p>
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Determinar la fiabilidad de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</li> <li>• Determinar el nivel de empatía de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</li> <li>• Determinar la capacidad de respuesta al pasajero en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</li> <li>• Determinar el nivel de tangibilidad que perciben los pasajeros en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</li> <li>• Determinar la seguridad de los usuarios en las aerolíneas de ruta nacional del Aeropuerto Internacional de Chiclayo.</li> </ul>	<p>Tangibilidad Empatía Fiabilidad Capacidad de Respuesta Seguridad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Instalaciones físicas y equipos                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Aspecto del personal</li> </ul> </li> <li>- -Atencion personalizada                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Precisión</li> <li>- Exactitud</li> <li>- Disponibilidad</li> </ul> </li> <li>- Vocación para orientar                             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Confianza</li> <li>- Amabilidad</li> </ul> </li> </ul>
<p>Metodología</p>			
<p>Enfoque: Cuantitativo Nivel: Descriptivo Tipo: Simple Diseño: No experimental</p>		<p>Población: 7073 Pasajeros, Finita Muestra: 365 Pasajeros que utiliza aerolíneas de ruta nacional en la ciudad de Chiclayo Muestreo: Probabilístico simple</p>	<p>Técnicas e instrumentos de recolección de datos</p> <p>Técnica: Encuesta Instrumento: Cuestionario modelo SERVPERF</p> <p>Procedimiento y procesamiento de datos</p>

***Cartas de permiso dirigido a Aeropuertos del Perú - Chiclayo.***



Chiclayo, 26 de abril de 2023

**Carta N° 009-2023-USAT-EAHT**

Señorita  
Mgtr. Nadia Galia Arana Sánchez  
Gerente de Aeropuerto en Aeropuertos del Perú sede Chiclayo (AdP)  
Presente.-

**Asunto:** Recabar información para trabajo de investigación

Es grato dirigirme a usted para expresarle el cordial saludo a nombre de la Universidad Católica Santo Toribio de Mogrovejo, y a la vez presentar a la señorita: **DIAZ PEREZ, ANDREA MILAGROS**, identificada con Código Universitario 182CV83091 y DNI: 72841197, estudiante del IX Ciclo Académico de la Escuela de Administración de Hotelera y de Servicios Turísticos, Facultad de Ciencias Empresariales; quien, solicita información para completar su trabajo de investigación que lleva por título "**CALIDAD DE SERVICIO EN LAS AEROLÍNEAS DE RUTA NACIONAL EN EL AEROPUERTO INTERNACIONAL DE CHICLAYO**".

Por lo que solicito a Usted brindarle su apoyo para la realización de sus objetivos.

Sin otro particular y agradeciendo la atención que brinde a la presente, hago propicia la oportunidad para expresarle los sentimientos de consideración y estima.

Atentamente,



ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN  
HOTELERA Y SERVICIOS  
TURÍSTICOS

Mgtr. Yesenia Aylen Serruto Perea  
Directora (e)

Escuela de Administración Hotelera y de Servicios Turísticos

