

CORPORACION UNIFICADA NACIONAL

WENDY TATIANA CARO ATEHORTUA

EDWARD FERNANDO SARCHE TABORDA

OPCION DE GRADO 1

VIABILIDAD LOGISTICA PERDIDAS DE CONEXIÓN

CLAUDIA ROZO

2017

INDICE

DESARROLLO PENTAGONO

SEGMENTACION DE MERCADOS

ANALISIS PESTEL

5 FUERZAS PORTE

BENCHMARKING

DESARROLLO ENTREVISTA

DESARROLLO ENCUESTA

CUSTOMER DEVELOPMENT

DESARROLLO PENTAGONO

¿El producto o servicio que ofrecemos suple
Necesidades o supera las soluciones existentes?

¿Habrá suficientes personas que
compren el producto o servicio que se ofrecerá?

1. Para nosotros supera las soluciones ya existentes, pues en él ahora se da un servicio lento, ineficaz y es una relación directa de los establecimientos hoteleros con las aerolíneas.

2. nuestro producto va dirigido a las aerolíneas específicamente, ya que son quienes presentan principales molestias, nuestros proveedores serían los hoteles, así que para nosotros si habrá suficientes entidades que adquieran el servicio.

¿Quién es nuestro cliente y usuario potencial?

¿Qué necesidades tienen?

¿Qué expectativas tiene ese usuario/cliente cuando usa un producto

¿Qué espera que ocurra cuando usa el producto

¿Qué productos está usando o contratando actualmente para suplir esa necesidad?

¿Qué problemas e inconformidades tiene el usuario con la solución actual?

¿Cuánto invierte en las soluciones actuales?

¿A través de qué canales las adquiere?

¿Qué tan grande es el grupo de personas que tiene esa necesidad?

1. Aerolíneas que operen en la ciudad de Bogotá/Usuarios de estas aerolíneas.

2. Servicio ágil, calidad, tiempos de respuesta concretos/hospedaje, alimentación, comunicación, transporte.

3. Actualmente no tiene expectativas puesto que el producto/servicio aún no existe en el País.
4. Esperamos ser una opción viable, eficiente y confiable para nuestros clientes.
5. Actualmente la relación comercial-servicio, se da directamente entre los establecimientos hoteleros y las aerolíneas.
6. Demoras, contratiempos, servicio al cliente frívolo, quejas, desorganización, entre otros.
7. La inversión depende de la cantidad de pasajeros, pero dependiendo de la aerolínea son \$700.000 aproximadamente por noche.
8. Contratos y gestiones comerciales de los hoteles.
9. Es demasiado más de 10 aerolíneas con vuelos nacionales e internacionales, están presentes en el país y la ciudad, empezariamos con rutas nacionales y aerolíneas con vuelos con escala, low cost, entre otras.

¿Quién tiene una necesidad o problema?

¿Qué grupo de personas tiene una necesidad o problema que yo considero puedo resolver?

¿Para cuál de esos grupos considero que la necesidad/problema es más crítica?

1. La actualidad nos envía a que realmente adicional al producto tanto las entidades como los individuos, estamos comprando servicio, calidez humana, sonrisas acompañadas de productos que nos ofrezcan calidad, si de esto se trata... Pero si estamos hablando de una entidad que se dedica a trabajar con servicio al cliente, creemos que esta característica se incrementa al 200% y no podemos estimar detalles, pues estamos expuestos a redes sociales y a diferentes medios de calificación que nos pueden tener en el top de la industria o simplemente llevarnos a un punto difícil de levantar y en el que nos tocaría conformarnos.

NECESIDADES: Tiempos de respuesta ágiles, servicios 24/7, atención, calidad, milla extra, disposición, manejo de situaciones, contratos con proveedores óptimos, alojamiento, transporte, alimentación, comunicaciones.

2. Aerolíneas y usuarios de estas aerolíneas.

3. Aerolíneas que sobrevenden sus vuelos.

¿Cuáles son las necesidades por las cuales sus clientes están comprando sus principales soluciones?

¿Qué verbo representa la acción?

¿Bajo qué contexto se da?

¿Cuál es la principal razón por la que está tratando de resolver la tarea/necesidad/deseo?

¿Qué metas o indicadores debe cumplir al final del ejercicio?

¿Cuáles son los beneficios de desempeño o emocionales que busca alcanzar (seguridad, comodidad, velocidad, costos...)

1. Nos parece una opción atractiva y adicional conocemos que ha funcionado muy bien en México; es un servicio innovador para nuestra industria en Colombia.

2. Plantear una idea de negocio viable, que tenga oportunidades de crecimiento y mejora continua.

3. Queremos alcanzar beneficios como el lucro, seguridad, generación de empleo, crecimiento de la industria, entre otros.

3.4 IDENTIFICAR LAS SOLUCIONES ACTUALES

Se identifica como soluciona actualmente su necesidad, orienta también a identificar la posible competencia.

PREGUNTAS CLAVE

¿Qué soluciones compran o contratan actualmente?

¿A través de qué canales los adquieren o conocen de la solución?

¿Cuál es la solución principal para escoger esta solución?

¿Qué criterios se han tenido en cuenta para tomar esta solución?

¿Cuánto dinero está invirtiendo en ellos?

1. Contrato directo aerolíneas con los hoteles.
2. Contratos comerciales Aerolíneas-Hoteles.
3. Seremos atractivos para nuestros clientes ya que la principal base de esta solución es el servicio de calidad, con el que carece este proceso.
4. Nos basamos en una empresa mexicana que opera con éxito hace tiempo.
5. Según el presupuesto y provisiones de cada aerolínea \$ aproximadamente.

PREGUNTAS CLAVE

¿Qué le resulta frustrante de las soluciones actuales?

¿Qué inconformidades presenta respecto a la solución o el proceso que se lleva a cabo actualmente?

¿Qué objeciones podría presentar a la hora de conocer mi propuesta de valor?

COMO PLANTEAR LA HIPÓTESIS

¿Creemos que la solución actual es insuficiente? Por qué?...

Las principales objeciones del cliente ante una nueva solución son..

1. Nos resulta frustrante el menosprecio hacia los clientes, hacia los directamente afectados, que perderán un día de trabajo, no se verán con su familia, entre otras posibles consecuencias, es por esto que nos gustaría ofrecer un servicio digno y de calidad.
2. Varias demoras en los tiempos de respuesta, falta de calidez, falta de compromiso, generación de horas extra, demoras de servicio, entre otras.
3. Que prefieran tener relaciones directas con los hoteles sin intermediarios.

HIPOTESIS

Para nosotros la solución actual es insuficiente porque no brinda atención oportuna, calidad, eficaz y eficiente a los directamente afectados, muchas veces los empleados de aerolíneas y hoteles son déspotas con los pasajeros de pérdida de conexión, bien sea por que están acabando su turno y las molestias que esto pueda generar, por eso la solución que ofrecemos es idónea desde que se maneje con el personal adecuado y demás herramientas que permitan un servicio óptimo.

SEGMENTACION DE MERCADOS

TAM

AEROLINEAS QUE OPERAN RUTAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN EL TERRITORIO COLOMBIANO.

SAM

AEROLINEAS QUE OPERAN RUTAS NACIONALES E INTERNACIONALES EN LA CIUDAD DE BOGOTA.

TM

AEROLINEAS QUE MANEJEN VUELOS CON ESCALA, RUTAS NACIONALES Y AEROLINEAS LOW COST

Nos enfocamos a cualquier aerolínea que pueda presentar una pérdida de conexión por las diferentes condiciones desde el aeropuerto el Dorado en Bogotá. Siendo estas quienes requieran de nuestros servicios en la logística inmediata de hospedaje y transporte para sus pasajeros.

ANALISIS PESTEL

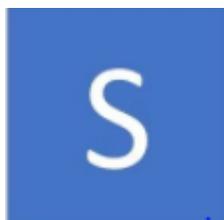


- Debilitamiento de las relaciones con países que tiene rutas desde y hacia Colombia.
- Crisis en Venezuela.
- Incumplimiento de los acuerdos de paz



- Caída del dólar, o trm sin estabilidad en el mercado.

- Desaceleración del crecimiento del país.
- Aumento del desempleo (Nacional e internacional)
- Perdida de estabilidad del mercado de viajes.



- Cambio en el estilo de viaje de los pasajeros, prefiriendo medios de viajes diferente a la aviación.
- Compensaciones de viaje diferentes de las noches de cortesía.
- Percepción de insatisfacción con las noches compensadas



- Disminución de numero de viajes con perdida de conexión.
- Implementación de viajes más rapidos por tierra que permitan tomar plan de acción rápido a la pedida de conexión.



- Medidas de racionamiento frente implementadas en los establecimientos
- Políticas más estrictas para el uso de o aprovechamiento de recursos naturales.



- Implementación de cancelación de pasajes por parte de los usuarios a última hora.

La ley que se debe cumplir

- Sanciones fuertes para las aerolíneas que presenten alguna pérdida de conexión

5 FUERZAS PORTER



1. Encontrar tarifas que sean iguales o mejores a las que ofrece directamente el hotel o las empresas de transporte a las aerolíneas, logrando así ser competitivos y atractivos para las aerolíneas.

2. Podemos ser más rápidos y efectivos con nuestros servicios, las pérdidas de conexión deberán ser atendidos de forma inmediata para lograr ser competitivos a las aerolíneas que ya cuentan con una solución.
3. Debemos tener un posicionamiento dentro del mercado, ser reconocidos por las aerolíneas a través de la eficacia en nuestra operación.
4. Logran minimizar las tarifas de alojamiento y transporte para hacer más eficiente el uso de los recursos para atender las necesidades de las aerolíneas con sus pasajeros.
5. Mitigar el uso de opciones de transporte y alojamiento para los pasajeros, incidiendo en el interés de las aerolíneas por preferirnos para sus pérdidas de conexión, siendo más atractivas a través de excelentes tarifas para el manejo del pasajero y trabajando indirectamente en mitigar el impacto que en la percepción de los usuarios.

MARCO DE REFERENCIA

AEROLINEAS QUE OPERAN EN COLOMBIA

PASAJEROS INTERNACIONALES

	<h3>Aerolíneas Argentinas</h3> <ul style="list-style-type: none">☎ Teléfono Principal: (+571) 592 1737🌐 Sitio web: Aerolineas.com.ar📄 Auto-Check-In ❌👤 Check-in Online ✅
	<h3>Aeroméxico</h3> <ul style="list-style-type: none">☎ Teléfono Principal: (+571) 742 4746🌐 Sitio web: Aeromexico.com📄 Auto-Check-In ❌👤 Check-in Online ✅
	<h3>Air Canada</h3> <ul style="list-style-type: none">☎ Teléfono Principal: (+571) 2966353🌐 Sitio web: Aircanada.com📄 Auto-Check-In ❌



Avianca

- ☎ Teléfono Principal: (+571) 587 7700 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Avianca.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Avior Airlines

- 🌐 Sitio web: **Aviorair.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ❌



Conviasa

- ☎ Teléfono Principal: (+571) 746 1610 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Conviasa.aero**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Copa Airlines

- ☎ Teléfono Principal: (+571) 638 3323 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Copaair.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Cubana

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 703 5959 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Cubana.cu**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Delta

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 549 4482 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Delta.com**
- 💻 Auto-Check-In ✅
- 👤 Check-in Online ✅



Iberia

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 508 7515 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Iberia.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Interjet

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 742 8355
- 🌐 Sitio web: **Interjet.com.mx**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



JetBlue

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 5190 294
- 🌐 Sitio web: [Jetblue.com](https://www.jetblue.com)
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



KLM

- 🌐 Sitio web: [Klm.com](https://www.klm.com)
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



LATAM

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 294 0330 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: [Latam.com](https://www.latam.com)
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Lufthansa

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 508 8000
- 🌐 Sitio web: [Lufthansa.com](https://www.lufthansa.com)
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Spirit

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 547 8306 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: Spiritair.com
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Turkish Airlines

- 🌐 Sitio web: Turkishairlines.com
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



United Airlines

- 📞 Teléfono Principal: 01 800 944 0219
- 🌐 Sitio web: United.com
- 💻 Auto-Check-In ✅
- 👤 Check-in Online ✅



Viva Colombia

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 489 7989
- 🌐 Sitio web: Vivacolombia.co
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Wingo

- 📞 Teléfono Principal: (+57) 3078133
- 🌐 Sitio web: Wingo.com
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ❌

PASAJEROS NACIONALES



Avianca

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 587 7700 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: Avianca.com
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



EasyFly

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 414 8111 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: Easyfly.com.co
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



LATAM

- 📞 Teléfono Principal: (+571) 294 0330 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: Latam.com



Satena

- ☎ Teléfono Principal: (+571) 423 8530 Ext. 2079 (Bogotá)
- 🌐 Sitio web: **Satena.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Viva Colombia

- ☎ Teléfono Principal: (+571) 489 7989
- 🌐 Sitio web: **Vivacolombia.co**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ✅



Wingo

- ☎ Teléfono Principal: (+57) 3078133
- 🌐 Sitio web: **Wingo.com**
- 💻 Auto-Check-In ❌
- 👤 Check-in Online ❌

<https://eldorado.aero/>

EMPRESAS DE LOGISTICA PARA PERDIDAS DE CONEXIÓN EN OTROS PAISES

Somos una empresa mayorista que nos dedicamos a la venta de cuartos en los principales destinos de México y Sudamérica, uno de nuestros principales clientes y con quienes tenemos un

contrato de exclusividad hasta 2020 son SUPER SHATTLE MEXICO, ENDLESS TOURS Y TRAVEL AIR SOLUTIONS MEXICO empresas dedicadas a la cobertura y protección de aerolíneas y pasajeros cuando estas tienen algún vuelo irregular (sobreventa, cancelación, demora) sumando tan solo en el destino de Cancún un total de 2,500 pax mensualmente ya que se trabaja con el 90% de las aerolíneas que tienen operación en el aeropuerto de Cancún.



<http://www.luxuryef.com/>

FORMULARIO ENTREVISTA

ENTREVISTA:

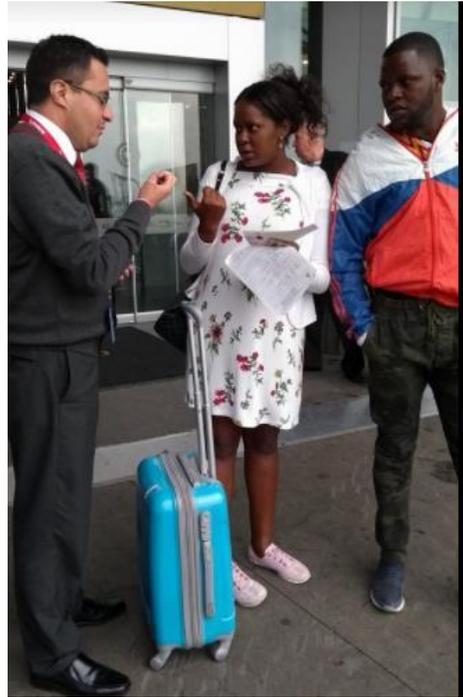
1. Describa para usted ¿qué significa recibir pasajeros perdida de conexión de una aerolínea?
2. ¿Qué sentimientos genera esto en usted si está terminando o empezando su jornada laboral?
3. ¿Qué porcentaje de los pasajeros enviados/recibidos como desvíos generan quejas?
4. ¿Ha tenido pasajeros agresivos a causa de esta situación?
5. ¿Cuánto tiempo hay en promedio desde que se presenta la perdida de vuelo hasta que el pasajero está en el hotel?
6. ¿Cree que el proceso que se desenvuelve es demorado?

7. ¿Qué perfil tienen estos huéspedes?
8. ¿Qué opina del tiempo de respuesta de los hoteles cuando existe una pérdida de conexión?
9. ¿Qué tanta urgencia se pone a este proceso?
10. ¿Qué le parecen los servicios que se ofrecen a estos huéspedes por parte de los hoteles?
11. ¿Cree necesaria la presencia de un coordinador para el grupo?
12. ¿Debe hacer alguna inversión adicional para amenidades con estos pasajeros?
13. ¿Es fácil encontrar disponibilidad en hoteles aledaños al aeropuerto?
14. ¿Esta problemática puede desencadenar en alguna acción legal?





PRODUCTO MINIMO VIABLE (VER VIDEO)



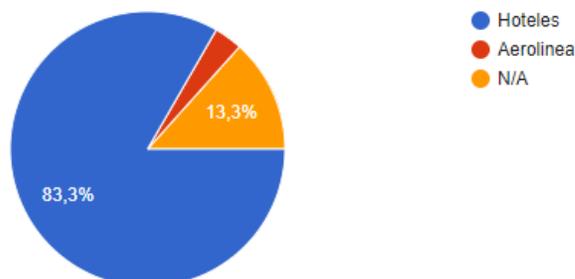
FORMULARIO ENCUESTA

1. ¿Cuál es la reacción de los pasajeros cuando se presenta la cancelación de un vuelo?
2. ¿Cuáles son las causas más frecuentes para que se presente la cancelación de un vuelo?
3. ¿Cómo afectan las cancelaciones de vuelo, sobreventas o pérdidas de conexión a la imagen de la aerolínea?
4. En promedio, ¿Cuántos pasajeros deben ser enviados a hoteles por responsabilidad de la aerolínea?
5. ¿Qué tal es el proceso de facturación y legalización de cobros a las aerolíneas?

6. ¿Cree necesaria la presencia de un coordinador para el grupo?
7. ¿Cuáles son los productos o servicios más solicitados por los pasajeros?
8. Si usted fuese el pasajero a quien le han cancelado su vuelo o lo han aplazado. ¿Qué tipo de compensaciones cree que debería recibir?
9. ¿Cuántos vuelos diarios se cancelan aproximadamente?
10. ¿Qué tan bueno es el servicio prestado por las aerolíneas?
11. ¿En qué cree que podría mejorar el servicio de las aerolíneas, cuando se presentan estos inconvenientes?
12. ¿Cuáles son las aerolíneas que presentan más cancelación de vuelos aproximadamente?
13. ¿Existe más pérdida de conexión en vuelos nacionales o internacionales?

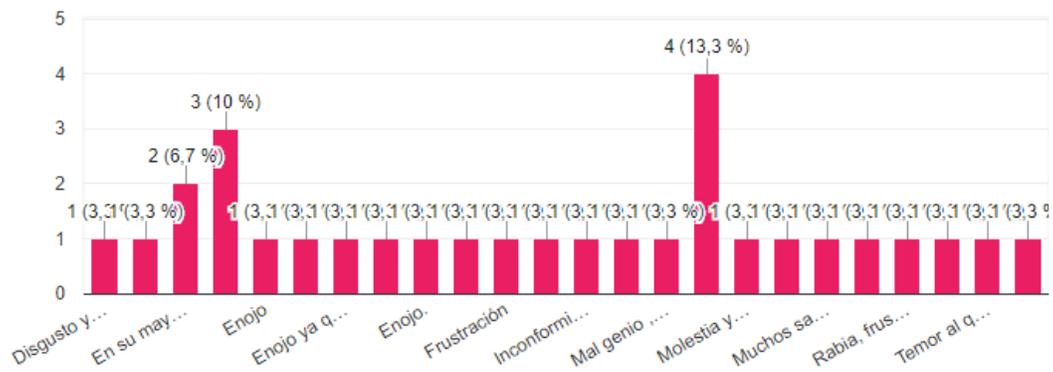
En que gremio trabaja?

30 respuestas



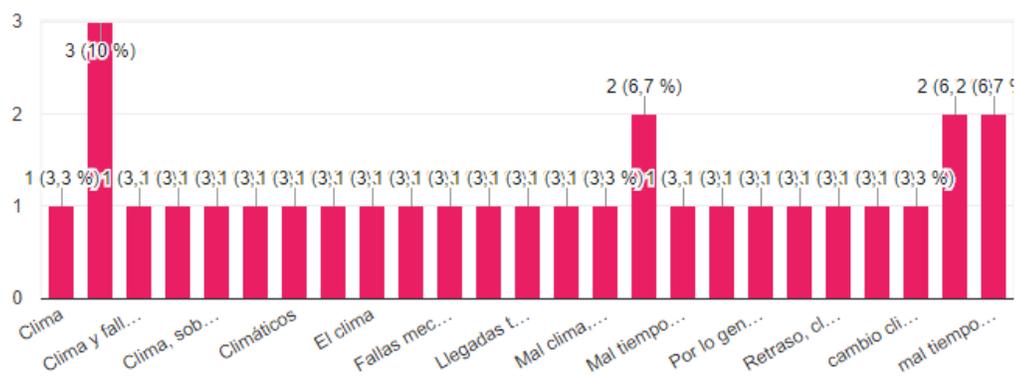
1. ¿Cuál es la reacción de los pasajeros cuando se presenta la cancelación de un vuelo?

30 respuestas



2. Cuáles son las causas más frecuentes para que se presente la cancelación de un vuelo?

30 respuestas



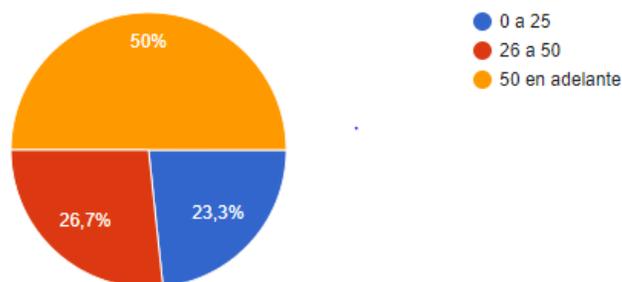
3. ¿Cómo afectan las cancelaciones de vuelo, sobreventas o pérdidas de conexión a la imagen de la aerolínea?

29 respuestas



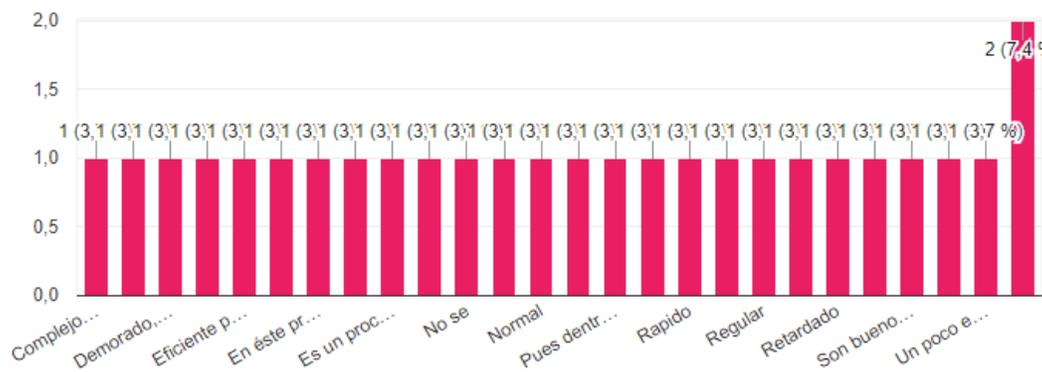
4. En promedio, ¿Cuántos pasajeros deben ser enviados a hoteles por responsabilidad de la aerolínea?

30 respuestas



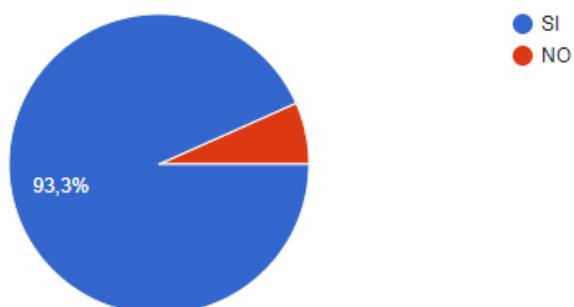
5. ¿Qué tal es el proceso de facturación y legalización de cobros a las aerolíneas?

27 respuestas



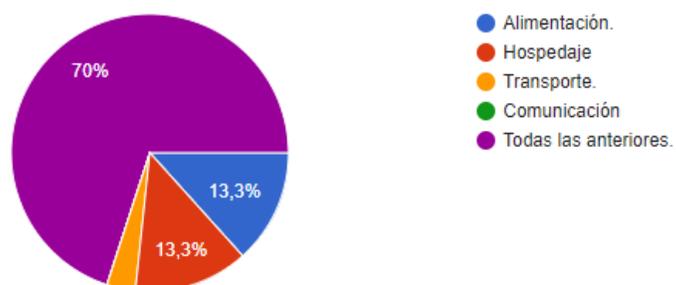
6. ¿Cree necesaria la presencia de un coordinador para el grupo?

30 respuestas



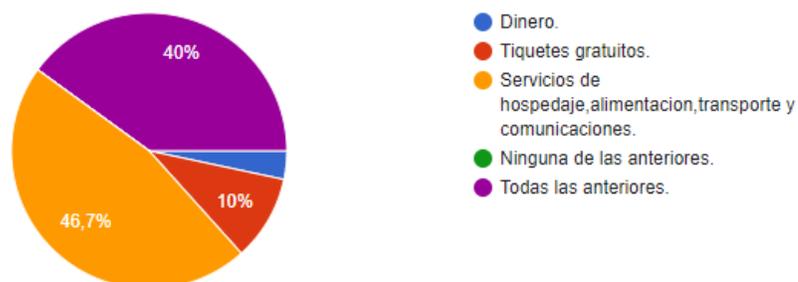
7. ¿Cuáles son los productos o servicios más solicitados por los pasajeros?

30 respuestas



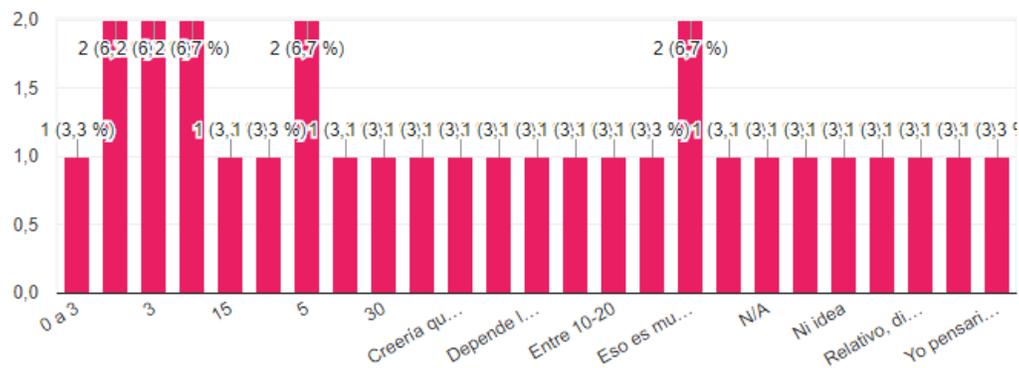
8. Si usted fuese el pasajero a quien le han cancelado su vuelo o lo han aplazado. Que tipo de compensaciones cree que debería recibir?

30 respuestas



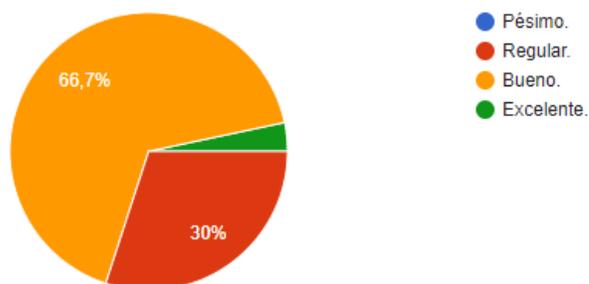
9. Cuantos vuelos diarios se cancelan aproximadamente?

30 respuestas



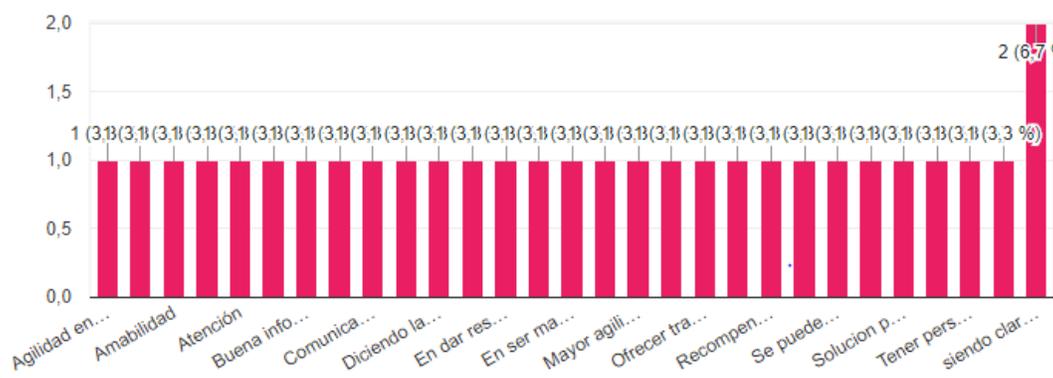
10. Que tan bueno es el servicio prestado por las aerolíneas?

30 respuestas



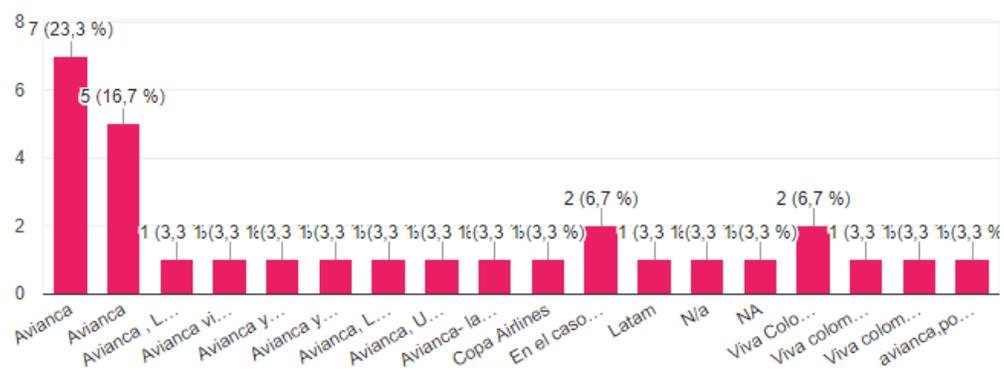
11. En que cree que podría mejorar el servicio de las aerolíneas, cuando se presentan estos inconvenientes?

30 respuestas



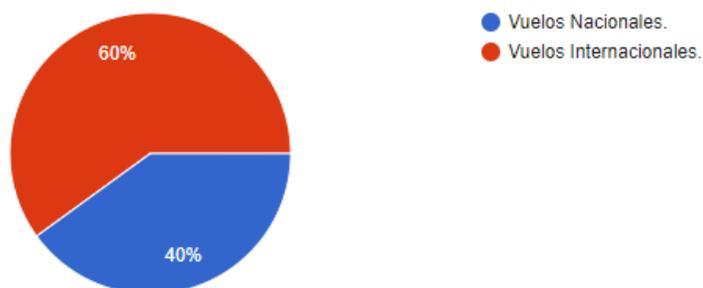
12. Cuáles son las aerolíneas que presentan más cancelación de vuelos aproximadamente?

30 respuestas



13. Existe más pérdida de conexión en vuelos nacionales o internacionales?

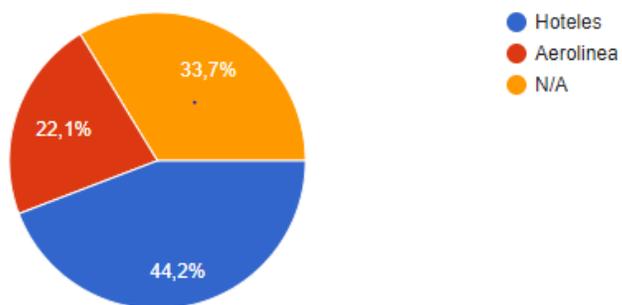
30 respuestas



SEGUNDA ENTREGA 14 DE OCTUBRE ENCUESTAS (SE PRESENTAN VARIACIONES EN ALGUNAS RESPUESTAS)

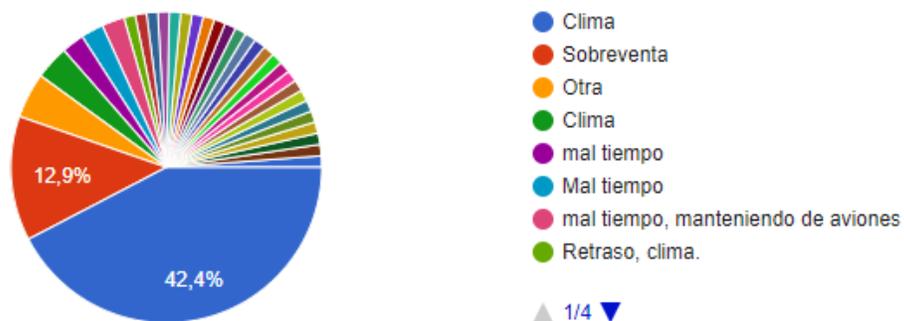
En que gremio trabaja?

86 respuestas



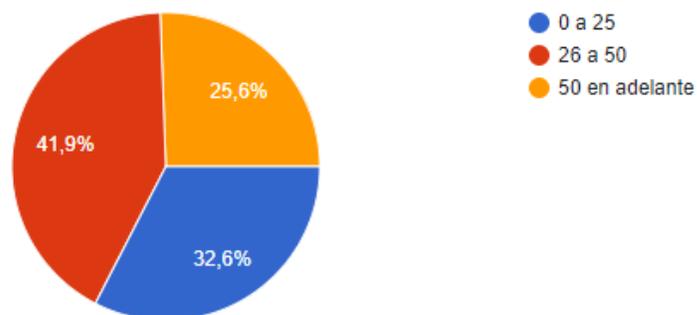
2. Cuáles son las causas más frecuentes para que se presente la cancelación de un vuelo?

85 respuestas



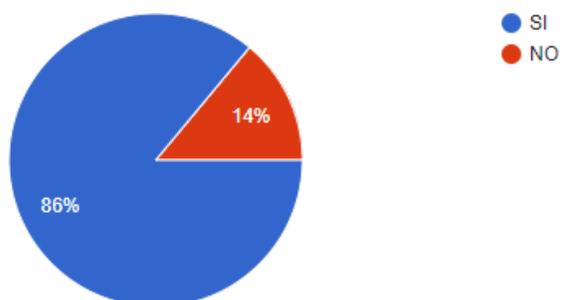
4. En promedio, ¿Cuántos pasajeros deben ser enviados a hoteles por responsabilidad de la aerolínea?

86 respuestas



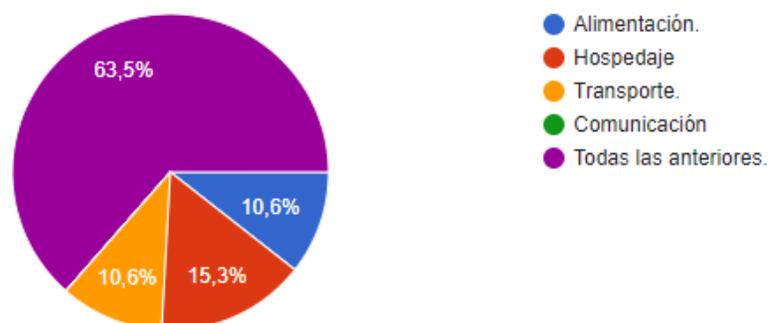
6. ¿Cree necesaria la presencia de un coordinador para el grupo?

86 respuestas



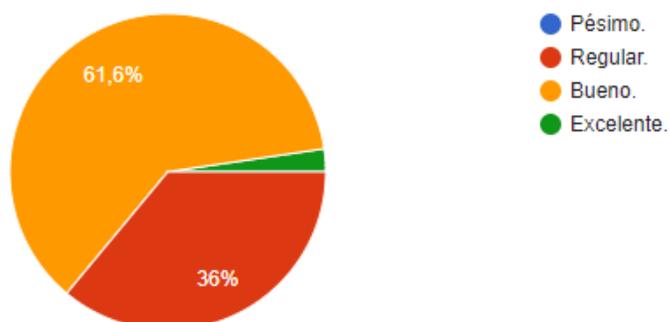
7. ¿Cuáles son los productos o servicios más solicitados por los pasajeros?

85 respuestas



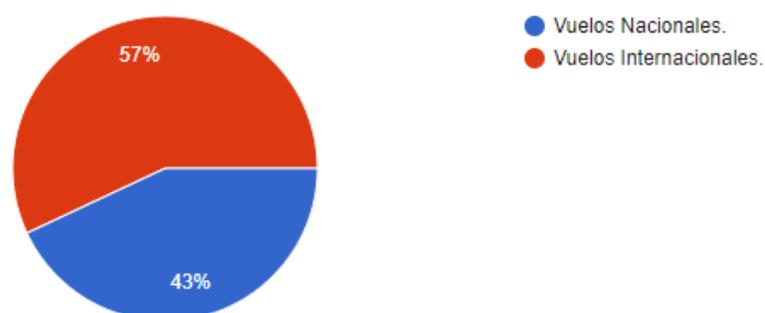
10. Que tan bueno es el servicio prestado por las aerolíneas?

86 respuestas



13. Existe más pérdida de conexión en vuelos nacionales o internacionales?

86 respuestas



ALGUNAS RESPUESTAS QUE SE DESTACAN

11. En que cree que podría mejorar el servicio de las aerolíneas, cuando se presentan estos inconvenientes?

86 respuestas

siendo claros con los pasajeros diciendoles la verdad tanto del motivo de la cancelacion y cuales son sus beneficios al igual q las solucion q se oe puede brindar mas rapidamente (2)

El servicio en los counters debe ser mejor, más atentos y brindar mejor información.

En la atención al cliente

Servicio, información clara

Amabilidad

Comunicación, honestidad y acciones para minimizar el impacto negativo. Ofrecer bonos o algo inmediatamente que haga que el pasajero este cómodo durante la espera.

Atención

Se puede mejorar cuando hay una persona que acompaña al grupo ya que de ésta forma se siente el respaldo a los pasajeros.

Tener otras alternativas

Tener personas encargadas netamente de los pasajeros y hacer el debido acompañamiento. Como una especie de ejecutivo de relaciones.

3. ¿Cómo afectan las cancelaciones de vuelo, sobreventas o pérdidas de conexión a la imagen de la aerolínea?

85 respuestas

La dañan (3)

Dañan la imagen (3)

Mucho ya q ellos piensan que eso solo pasa en la aerolinea que estan viajando que en las demas no pasa y en algunos casos en sus siguientes viajes cambian de aerolinea (2)

Actualmente diría que mínimo, puesto que la misma demanda hace que se siga usando los servicios de las aerolíneas aún estén tengan malos índices de cumplimiento. Es pocas palabras la pérdida de un pasajero, significa un mínimo porcentaje de pérdida para aerolínea.

La desfavorece

En mi opinión así como en la hotelería cuando una empresa se muestra seria y profesional debe evitar en el caso de sobreventas mediante la planeación a largo y corto plazo, claro está que las cancelaciones de vuelo no son casos que pueda manejar una aerolínea porque son no manejables. Por otra parte sé que eso se puede evitar como lo hacemos en el hotel Wyndham en reservas (Juan Carlos)

Mala

Dependiendo de la razón, si se trata de algo técnico la aerolínea pierde seriedad, genera desconfianza y demuestra poca logística y protocolos anticipando estos incidentes.

Pésimo servicio

En desorden

Afectan demasiado ya que las personas crean una mala imagen hacia la aerolíneas y creen que solo para con esa aerolínea

https://docs.google.com/forms/d/1OJcwVXMI4yk0fd0qbJ_j_exYshnVRTTyq463fKR-B0k/edit#responses

ANALISIS ENCUESTA

1. La mayoría de los encuestados trabaja en el gremio hotelero.
2. Los sentimientos de las personas que pierden su conexión a otro país o ciudad son frustración, impotencia, rabia e inconformidad lo cual genera quejas a la aerolínea.
3. La causa más frecuente de cancelación de un vuelo es el clima, por otra parte, en ocasiones no se cancela el vuelo, pero si los viajes de algunos pasajeros por sobreventa.
4. En general se tiene el concepto que se daña la imagen de la aerolínea por el incumplimiento y es catalogada en malos términos por redes sociales, pero también se sabe que la misma demanda hace que se necesite si o si utilizar los vuelos y que esto pase a ser menos importable o incluso algunos clientes lo soporten.
5. Se considera que el proceso de facturación o cobros a las aerolíneas es engorroso, puesto que se utilizan muchos términos aéreos que no son del todo conocidos.
6. Se supera con más de un 90% el hecho de que si se necesita un coordinador para estas situaciones.
7. Más de un 45% concluye que los servicios como alojamiento, comunicación, alimentación y transporte son los más importantes para los pasajeros que han perdido su vuelo.
8. El servicio que se presta por las aerolíneas en estas ocasiones es calificado como BUENO, seguido de REGULAR en la mayoría de casos.
9. La mayoría de personas coinciden en que los puntos a mejorar por las aerolíneas en estos casos son agilidad, rapidez e información veraz.

10. Avianca y Viva Colombia, son las aerolíneas que según los encuestados presentan mayor pérdida de vuelos, en vuelos nacionales.