

# Aerolíneas Cónдор

---

Como investigador y jefe asociado, usted está presidiendo la reunión del consejo de directores de esta semana, a invitación de Mike Duncan, vicepresidente principal de comercialización y promoción de las Aerolíneas Cónдор, Mike está en el estrado:

Señoras y señores, me gustaría informarles que los datos obtenidos de nuestra encuesta trimestral ya fueron editados y registrados en nuestro sistema de computación. Este conjunto de datos constituye una muestra aleatoria de 1600 pasajeros adultos que volaron con nosotros en rutas sobre tierra firme durante el período de dos semanas que terminó el pasado viernes. Es imperativo que continuemos revisando los servicios de la aerolínea que proporcionamos a través de estas encuestas trimestrales, de modo que sino perdemos de vista a nuestros clientes y le tomamos el pulso al mercado, podremos continuar instrumentando aquellas mejoras que nos garantizarán que nuestros clientes sigan siendo leales a Aerolíneas Cónдор, y debido a su satisfacción con la empresa nos recomendarán con sus amigos y familiares para que vuelen con nosotros.

Gracias, Mike, interrumpió Lorena Martínez, quien acaba de obtener el puesto de gerente ejecutiva de Aerolíneas Cónдор, ¿serías tan amable de recordarnos el tema central de la encuesta de este trimestre en particular y darnos su tabla de tiempos para su presentación y análisis?

Ciertamente, Sra. Martínez. El tema de la entrevista trata sobre la satisfacción de los pasajeros y sus relaciones potenciales con las razones del viaje y la disposición de equipaje. También exploramos diferencias de sexo. Respecto a la tabla de tiempos, el doctor Elvin Axelrod, director de procesamiento central me asegura que las primeras impresiones estarán listas hoy a mediodía. Como lleva dos días de trabajo la depuración de los datos y el análisis preliminar, estaré listo para hacer las presentaciones en la reunión de la próxima semana. Necesitaré quince minutos para la presentación y pido quince minutos adicionales para preguntas, respuestas y discusión con la directiva.

Muy bien Mike, parece que tu departamento de comercialización y promoción tiene todo bajo control. Por parte de la directiva, te comunico que tomaremos en cuenta tu petición y esperaremos la presentación la próxima semana. ¡Muchas gracias!. Por favor, mantenme informada si necesitas cualquier cosa para acelerar el análisis. Gracias. Respondió Mike y regresó a su asiento.

## **Dos días después en la oficina de Mike Duncan.**

Usted está sentado en la oficina del vicepresidente principal de comercialización y promoción, esperando a Mike Duncan. Éste se encuentra en el vestíbulo, discutiendo por teléfono los impresos de computadora que tiene en la mano. De pronto, la conversación termina y Mike entra en la oficina sonriendo.

Bueno, aquí está, exclama Mike Duncan triunfante, al momento en que se sienta en su escritorio. El Dr. Axelrod dice que los datos parecen estar limpios, todas las verificaciones de error salieron negativas. ¡Hiciste un buen trabajo!

Usted asiente y reconoce el cumplido, consciente de que se trata del principio. Mike continúa:

Observa esto de nuevo. Échale una buena mirada a las cinco preguntas de tema más importantes, junto con las respuestas y las tablas cruzadas. Me gustaría tener algunas respuestas que confirmen lo siguiente:

1. Nuestro bien conocido lema dice: Cónдор es la aerolínea favorita de una de dos, si usted no es el uno, ¡ya es tiempo de que lo sea! De veras que está feo ese lema, pero a la gente le gusta, es pegajoso. ¿Pero es preciso? ¿Tendremos que deshacernos de él? ¿Existe evidencia de que la

proporción de pasajeros que afirman que Cónдор es su aerolínea favorita es diferente de 0.5?

2. Como indicador de una satisfacción mayor de los clientes, ¿una porción significativa mayor de pasajeros debería estar a gusto con los servicios de Cónдор y afirmar que es su favorita después de haber hecho con nosotros su vuelo más reciente, respecto a la que había antes de realizar el vuelo? ¿Existe evidencia de un aumento significativo en la satisfacción de los pasajeros como resultado del vuelo más reciente?

3. Con propósitos de publicidad y promoción, es importante saber si hay un efecto del sexo del cliente respecto a su satisfacción. ¿Existe evidencia de que haya alguna diferencia entre hombres y mujeres en términos de la proporción de los pasajeros que afirman que Cónдор es su aerolínea favorita?

4. Muchos de nosotros hemos argumentado sobre si la razón principal de hacer el viaje afecta la satisfacción del cliente. ¿Existe evidencia de alguna diferencia entre las varias razones principales para hacer el vuelo respecto a la proporción de pasajeros que afirman que Cónдор es su aerolínea favorita?

5. Con propósitos de publicidad y promoción, es importante estudiar las asociaciones potenciales entre factores como las razones principales para hacer el vuelo y la disposición de equipaje. Si el manejo del equipaje se percibe como una característica importante del servicio, debemos asegurarnos que Cónдор proporcione un servicio mejor y más rápido para las personas que registran su equipaje, así como tener más espacio en la aeronave para aquellos que llevan su equipaje a bordo. ¿Existe evidencia de que se tenga alguna relación entre las razones principales para viajar y la disposición del equipaje?

Ya sé que estamos entre la espada y la pared, pero me gustaría que tuvieran listo el análisis para el lunes en la mañana. Por favor, prepara un resumen ejecutivo y anéxale todas las tablas y diagramas que sean necesarios, dame todas las hipótesis que estés probando, los niveles de significación que elegiste para las pruebas y las conclusiones a las que se podrían llegar. También, por favor, prepara una exposición informal sobre todo esto para que la presentes a la directiva. ¿Hay alguna pregunta?

Respirando profundamente usted dice: No, por lo pronto no. Estoy listo para empezar.

Gracias, continúa Mike, al tiempo que lo acompaña hasta la puerta de la oficina.

Te veré en primer término el lunes por la mañana, pero si surge alguna duda, no vaciles en llamarme.

### **Respuestas a las partes temáticas de la entrevista de satisfacción trimestral de las Aerolíneas Cónдор.**

---

1. ¿Cuál es su sexo?

Masculino..... 960

Femenino.....640

2. Antes de viajar con nosotros ¿consideraba que Cónдор podría ser su aerolínea favorita?

Sí.....816

No.....784

3. Ahora que ha hecho este viaje con nosotros, ¿considera que Cónдор es su aerolínea favorita?

Sí.....832

No.....768

4. ¿Cuál es la razón principal para hacer el presente viaje?

Negocios 880

Emergencia 64

Mudanza/de paso 96

Placer 560

5. ¿Qué hizo con su equipaje en este viaje?	
Lo llevó todo consigo	768
Lo registró todo en la recepción	592
Llevó consigo una parte y registró la otra	192
No lleva equipaje	48

### TABLAS CRUZADAS

#### Pregunta del tema 2

	Favorita Después		
Favorita Antes	Sí	No	Totales
Sí	806	10	816
No	26	758	784
Totales	832	768	1,600

#### Pregunta del tema 3

	Favorita Antes		
Favorita Después	Hombres	Mujeres	Totales
Sí	512	320	832
No	448	320	768
Totales	960	640	1,600

#### Pregunta del tema 4

	Razón Principal				
Favorita Después	Negocios	Emergencia	Mudanza/Paso	Placer	Totales
Sí	455	20	42	315	832
No	425	44	54	245	768
Totales	880	64	96	560	1,600

#### Pregunta del tema 5

	Disposición de Equipaje				
Razón Principal de viaje	Lleva Todo	Registra Todo	Ambos	Sin Equipaje	Totales
Negocios	653	83	103	41	880
Emergencia	47	14	1	2	64
Mudanza/ Paso	6	78	9	3	96
Placer	62	417	79	2	560
Totales	768	592	192	48	1,600