

**Plan de mejoramiento: visión del cliente Avianca de los kioscos de auto check-in**

Carranza Rodríguez Daniel Sebastián

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano  
Facultad Negocios, Gestión y Sostenibilidad  
Escuela de Gestión de Servicios  
Tecnología en Gestión de Servicios para Aerolíneas  
2019

**Plan de mejoramiento: visión del cliente Avianca de los kioscos de auto check-in**

Presentado por:

Carranza Rodríguez Daniel Sebastián

Presentado a:

Docente: Caviedes Castillo Nancy Patricia

Institución Universitaria Politécnico Grancolombiano  
Facultad Negocios, Gestión y Sostenibilidad  
Escuela de Gestión de Servicios  
Tecnología en Gestión de Servicios para Aerolíneas  
2019

## Tabla de contenido

<i>Tabla de contenido</i> .....	2
<i>Lista de tablas</i> .....	4
<i>Introducción</i> .....	5
<i>Objetivos</i> .....	7
Objetivo General .....	7
Objetivos Específicos .....	7
<b>1. Identificación de la empresa</b> .....	<b>8</b>
1.1 Nombre de la empresa .....	8
• Nombre de la empresa .....	8
• NIT .....	8
• Dirección .....	8
• Número de contacto .....	8
1.2 Descripción de funciones .....	8
• Anfitrión .....	8
• Apoyo en los kioscos de auto check-in .....	8
• Módulo .....	9
• Apoyo en bandas de equipaje .....	10
1.3 Actividades de la empresa .....	10
• Generalidades .....	10
• Reseña histórica .....	11
• Flota .....	12

<b>2. Problema a resolver .....</b>	<b>13</b>
2.1 Formulación del problema.....	13
2.2. Funciones para el mejoramiento.....	14
<b>3. Metodología.....</b>	<b>15</b>
3.1 Propuesta de mejoramiento para la empresa .....	15
3.2 Actores involucrados en el proceso de mejora.....	15
• Practicante.....	15
• Jefe directo.....	16
• Anfitrión.....	16
<b>4. Informe final.....</b>	<b>17</b>
4.1 Análisis de la información.....	17
4.2 Resultados .....	18
• A Corto Plazo.....	18
• A Mediano Plazo .....	18
• A Largo Plazo .....	19
<b>5. Conclusiones .....</b>	<b>20</b>
<b>Referencias .....</b>	<b>21</b>

## **Lista de tablas**

Tabla 1: Flota Avianca Holding S.A.....	12
Tabla 2: Diagrama Gantt funciones para el mejoramiento. ....	14

## **Introducción**

El medio aeronáutico es un ámbito que desde su inicio hasta la actualidad ha atravesado por diversos cambios siempre buscando adecuarse a las demandas que le exige el mundo en el que se desempeña, como ejemplo de esto se tiene la evolución que tuvo la aviación durante ambas guerras mundiales; de igual forma se puede tomar como referente la aviación comercial actual que diariamente innova a sus usuarios con modelos de aviones más avanzados y modernos. A través de la historia de la aviación, y más específicamente de la aviación comercial, se ha denotado la importancia de esta por satisfacer las necesidades de sus pasajeros y para esto se ha apoyado de los avances tecnológicos que le ofrecía su época.

En la actualidad nos encontramos en una época de novedades tecnológicas que se pueden ver implementadas en diversos oficios, desde las más simples tareas, como las labores de una casa; hasta las más complejas como la producción de automóviles. Esta inclusión de la tecnología se ha visto también en la aviación comercial, donde se puede observar cómo se usa la tecnología en todos los procesos relacionados con el transporte de pasajeros y carga. Se ha usado el apoyo de los avances tecnológicos en todas las áreas que ha sido posible para agilizar la actividad aérea. Estas nuevas tecnologías han sido usadas dentro y fuera de las aeronaves, incluyendo en las instalaciones aeroportuarias; como ejemplos de esto se tiene las nuevas formas de registro de pasajeros dentro de las que están el proceso de check-in por medio de la web y los kioscos de auto check-in que buscan agilizar el proceso de aceptación de los pasajeros que abordan un vuelo.

Aunque la tecnología es un elemento de uso diario para la gran mayoría de personas, existe un grupo de individuos que muestran desconfianza y poco interés en estos avances tecnológicos; este comportamiento se ha evidenciado también en algunos pasajeros que prefieren usar los métodos tradicionales de registro. Este recelo hacia la tecnología le impide a una compañía aérea continuar con su proceso de evolución e implementación de nuevas técnicas por lo cual es de gran importancia para las aerolíneas crear estrategias que motiven a los pasajeros a acercarse a las nuevas formas de check-in por medio de la divulgación de los beneficios de estos procesos modernos.

En este escrito se pretenderá dar a conocer de forma detallada la desventaja que presenta realizar el proceso de check-in tradicional, tanto para el pasajero como para la aerolínea; y postular una solución para apoyar al pasajero en el proceso de acercamiento a el auto check-in.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

- Proponer una solución frente a la problemática que representa que los pasajeros solo usen el método de check-in convencional.

### **Objetivos Específicos**

- Dar a conocer la problemática que se presenta cuando los pasajeros solo usan los métodos de check-in convencionales.
- Resaltar los beneficios que trae para los pasajeros usar el kiosco de auto check-in.



## 1. Identificación de la empresa

### 1.1 Nombre de la empresa

- **Nombre de la empresa:** Avianca Holdings S.A
- **NIT:** 890.100.577-6
- **Dirección:** Avenida Cll 26 # 59-15, Bogotá, Colombia
- **Número de contacto:** 5877700

### 1.2 Descripción de funciones

- **Anfitrión:** El anfitrión es el primer contacto que tiene el pasajero con la compañía, es por esto que su rol es de gran importancia. En esta posición el colaborador se encargará de asegurar que las filas de registro se manejen de forma eficiente, adicionalmente guiara al pasajero hacia su fila correspondiente y responderá cualquier inquietud que el pasajero pueda tener en el proceso. Por último, el anfitrión será quien le de la bienvenida al pasajero buscando que este se sienta cómodo e importante. (Avianca S.A., s.f.)
- **Apoyo en los kioscos de auto check-in:** En este rol el colaborador tendrá como tarea asistir al pasajero durante el proceso de registro usando los kioscos de auto check-in, se encargará de responder cualquier duda que el pasajero tenga acerca del manejo del kiosco y le ayudará a realizar el proceso en caso de necesitarlo. Con la ayuda de los kioscos de auto check-in el viajero podrá confirmar su asistencia al vuelo para el cual reservo un ticket, teniendo en cuenta la documentación que necesita, y registrar las piezas de equipaje que vaya a llevar consigo, cumpliendo con la franquicia de equipaje de su tarifa.

Para finalizar el proceso, el colaborador le indicará al pasajero hacia donde debe dirigirse para completar su proceso de registro y entregar el equipaje que llevará en la bodega del avión.

- **Módulo:** El colaborador que se encuentre en el módulo de registro es quien se encargara de verificar que el pasajero que esta atendiendo cuente con los requisitos necesarios para la aceptación al vuelo que va a tomar. Dentro de los elementos que debe verificar el colaborador están la documentación, los impuestos, que el pasajero cumpla con los estándares de salud requeridos para un viaje y cualquier otro requisito que demande el país al cual viaja. Asimismo, le brindara a los pasajeros con requisitos especiales todas las alternativas que tenga a la disposición la compañía para apoyarlo con sus requerimientos, como en el caso de pasajeros que necesiten sillas de ruedas.

Además de garantizar que el pasajero cumpla con los requisitos que se le exigen para poder viajar, el colaborador tendrá como función garantizar que el equipaje de este pasajero también cumpla con las diversas normas de seguridad para un viaje seguro, un ejemplo de esto es realizar las preguntas de mercancías peligrosas con el fin de evitar riesgos durante el vuelo.

Finalmente, en este rol se debe guiar al pasajero hacia el próximo proceso que debe realizar como indicarle cual es su sala de embarque y a que hora de estar en la misma.

(Avianca S.A., s.f.)

- **Apoyo en bandas de equipaje:** Este proceso es uno de los últimos contactos que el pasajero tendrá con la compañía, por lo cual es importante que también se desarrolle evitando cualquier afectación al pasajero. En esta posición el colaborador se encargará de direccionar a los pasajeros hacia su correspondiente banda donde puede recibir su equipaje, reconocer posibles faltantes de equipaje o daños en el mismo y acompañar al pasajero en el proceso de llenar una reclamación por cualquier irregularidad con sus maletas.

### 1.3 Actividades de la empresa

- **Generalidades:** Avianca Holdings S.A es un conglomerado de diversas compañías dedicadas al transporte aéreo de pasajeros y carga. Se conoce a Avianca como la marca comercial que representa a las compañías aéreas que hacen parte de Avianca Holdings S.A.

De acuerdo con la información encontrada en la página web de Avianca se muestra que su perfil corporativo este compuesto de los siguientes elementos:

*“Misión: Conectamos al mundo con Latinoamérica, buscando dar siempre más”.*

(Avianca S.A., 2019)

*“Visión: Con la mejor gente y tecnología para una experiencia excepcional, seremos la aerolínea latinoamericana preferida en el mundo”.* (Avianca S.A., 2019)

*“Valores:*

*Vivimos la seguridad.*

*Servimos con pasión e integridad.*

*Somos uno y disfrutamos lo que hacemos.*

*Innovamos con impacto sostenible*". (Avianca S.A., 2019)

Adicionalmente, según su informe anual de operación, se ha encontrado que Avianca es una aerolínea de gran escala que para el 2018 transportó 30'502.536. ( Avianca Holding S.A., 2018)

- **Reseña histórica:** Esta compañía tiene sus inicios en 1919 cuando el 5 de diciembre la aerolínea bandera de Colombia es fundada bajo el nombre de Sociedad Colombo Alemana de Transporte Aéreo-SCADTA.

Luego de 90 años Synergy Aerospace, que era dueño de Avianca, y Kingsland Holding Limited, propietaria de TACA, hacen pública la decisión de unir a sus aerolíneas. Esto daría paso a lo que actualmente conforma el holding Avianca S.A, que integra a las compañías TACA International, LACSA, Taca Perú, Aviateca, Sansa, La Costeña, e Isleña; que vienen por parte del Grupo Taca, y las aerolíneas Avianca, Tampa Cargo y Avianca Ecuador S.A.; que eran parte de la empresa Avianca.

En la actualidad esta aerolínea ofrece viajes directos a 108 destinos ubicados en 26 países de América y Europa, cuenta con una flota de 189 aeronaves. Adicionalmente, pertenece a la alianza Star Alliance, lo cual le permite otorgar a sus pasajeros conectividad a más de 1300 destinos en 191 países de los 5 continentes. Cuenta con un programa de lealtad llamado LifeMiles al cual están asociados 7.2 millones de socios. (Avianca S.A., 2019)

- **Flota:** La flota de Avianca incluye alrededor de 189 aeronaves modernas de alta tecnología, distribuidas como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: **Flota Avianca Holding S.A.**

Tipo aeronave	Cantidad
Familia Airbus A320	113
ATR-72	15
ATR-42	2
Embraer E190	8
Airbus A330	13
Airbus A330F (carga)	5
A300F	5
Cessna 208	13
Boeing 767	1
Boeing 767F	2
Boeing 787	12
<b>Total</b>	<b>189</b>

Informacion obtenida pagina web Avianca (Avianca S.A., 2019)

## **2. Problema a resolver**

### **2.1 Formulación del problema**

La aviación comercial a través de los años ha demostrado su interés por continuar expandiéndose y evolucionando por medio de la implementación de la tecnología en todos los ámbitos que le es posible, esto se evidencia en la constante evolución de las aeronaves, las instalaciones aeroportuarias e incluso de las mismas compañías aéreas. Algunas aerolíneas han diseñado nuevas estrategias para acercarse al cliente y han revolucionado la forma en la que ofrecen sus servicios.

Como muestra de lo anterior se puede tomar a la aerolínea bandera de Colombia, Avianca, que es una empresa que ha demostrado querer estar a la vanguardia de los avances tecnológicos que se ofrecen para el mundo del transporte aéreo, como es el caso del uso de aeronaves modernas, como el Airbus 320 NEO. Esta aerolínea no solo ha buscado innovar en su flota sino también en sus procesos dirigidos al cliente, como el registro de pasajeros, evidencia de esto se es que permiten el pasajero abordar a su vuelo con el uso del check-in virtual o check-in móvil, sin necesidad de imprimir el pase de abordaje; o que cuentan con la opción de registro a través del kiosco de auto check-in, que son estrategias que otras aerolíneas no han acoplado. Sin embargo, para algunos pasajeros estos avances tecnológicos se han convertido en un obstáculo mas que en un apoyo, esto se debe generalmente a la falta de conocimiento y poco acercamiento que han tenido con estas nuevas formas de registro.

Teniendo en cuenta lo anteriormente mencionado, se genera la siguiente interrogante: ¿Cómo se puede mostrar de forma dinámica los beneficios que tiene el registro por medio del kiosco a los pasajeros para que se acerquen más a estos medios de registro modernos?

## 2.2. Funciones para el mejoramiento

Tabla 2: **Diagrama Gantt funciones para el mejoramiento.**

Actividad	Meses						
	Jul	Ago	Sep	Oct	Nov	Dic	Ene
Identificación del problema a resolver.	●						
Semillero de inducción.		●					
Reconocimiento del entorno actual de la compañía.			●				
Entrega fase 1 del plan de mejoramiento de acuerdo al contexto de la empresa.			●				
Análisis de las soluciones factibles para el problema detectado.				●			
Entrega fase 2 del plan de mejoramiento incluyendo propuesta de solución.				●			
Elaboración hipótesis de la implementación de la propuesta de mejora.					●		
Entrega fase 3 del plan de mejoramiento añadiendo los posibles resultados.					●		
Sustentación del proyecto por medio de la creación de un video.						●	
Presentación del plan de mejoramiento a la compañía.							●

(Tabla de creación propia 2019)

### 3. Metodología

#### 3.1 Propuesta de mejoramiento para la empresa

Teniendo en cuenta la problemática que genera la falta de afinidad que presentan los pasajeros hacia el registro a través del kiosco de auto check-in, se plantea la creación e implementación de un cartel donde se muestre la simplicidad y la optimización de tiempo al usar dicho método de registro.

Este cartel se creará con el fin de incentivar al pasajero a acercarse al módulo de auto check-in, mostrando una mayor confianza y entendimiento hacia el registro. Para lograr esto, se le indicará al viajero el poco tiempo que empleará al usar el kiosco en comparación al registro convencional; se añadirán estadísticas del tiempo estimado que puede tomar registrarse utilizando este método.

Se plantea que este anuncio sea ubicado en el aeropuerto internacional El Dorado al inicio de las filas de registro convencional tanto de la operación nacional como internacional. Además, el diseño de este se hará con base a modelos exitosos de publicidad, buscando la mayor atención posible de cualquier tipo de pasajero sin importar la edad, cultura y demás elementos relevantes.

#### 3.2 Actores involucrados en el proceso de mejora.

- **Practicante:** Es la persona encargada de formular el diseño que puede tener el cartel que incentiva al uso de módulo de auto check-in. Adicionalmente, tomará las estadísticas necesarias para incluir en el cartel mencionado procurando que este incluya datos recientes a la fecha de implementación. Por último, coordinará con los superiores respectivos el proceso de implementación del método de mejora expuesto.



- **Jefe directo:** Trabajaré en conjunto con el practicante concretando las respectivas revisiones y mejoras que se deban hacer al plan de mejoramiento presentado. Además, apoyará otorgándole al practicante las herramientas necesarias para que el proyecto pueda ser evaluado e implementado por parte de los superiores que correspondan.
- **Anfitrión:** En este rol el agente de servicio asignado apoyará a la propuesta de mejora, una vez implementada, enseñándole al pasajero el cartel creado y hará énfasis en los beneficios que puede obtener el usuario mediante el registro vía auto check-in.

## **4. Informe final**

### **4.1 Análisis de la información**

En el mes de julio del año 2019 se realizó la vinculación a la compañía área Avianca, con esta vinculación inicial se pudo conocer internamente la empresa. Durante este proceso se pudieron detallar los procedimientos internos de la aerolínea lo cual permitió identificar el problema que se ha venido tratando durante el proyecto. Esta identificación se logro debido que una de las primeras funciones asignadas fue el apoyo en los kioscos de auto check-in, donde se noto que es un método de registro moderno el cual no se ha podido aprovechar, por parte de la empresa, debido a que la estrategia que se ha implementado para acercar a los pasajeros a estos ha sido poco amigable. Luego de esto, en el mes de agosto, se recibió una inducción detallada de las tareas que se tendrían a cargo como agente de servicio; con esto se pudo entender como las diferentes tecnologías que ha implementado Avianca están apoyando a la eficiencia de las mismas funciones, dentro de las cuales esta el registro de pasajeros y equipaje, por lo cual se evidenciaron los beneficios que se obtiene cuando el pasajero se registra en el kiosco de auto check-in y que son desconocidos por él.

Después de volver a la operación en el aeropuerto, una vez finalizada la inducción, se empezaron a buscar las posibles estrategias que pudieran solucionar el problema detectado. Luego de un análisis a fondo de las diferentes ideas que se tenían, se decidió que la más conveniente era la creación de un anuncio con los beneficios del auto check-in en los kioscos, ya que cumplía con la función de ser amigable con el pasajero y de transmitir el mensaje que se quería de una forma clara y directa. Posteriormente, se establecieron los resultados que se espera obtener una vez que la idea sea implementada.

Al finalizar la elaboración del proyecto para mejorar el concepto que los pasajeros tienen del módulo autónomo de check-in, se espera crear una idea atractiva para la aerolínea, en la cual se sustente el problema que ha evidenciado y la forma en la que puede ser resuelto.

## **4.2 Resultados**

Los resultados que se exponen a continuación son los que se procura que la aerolínea obtenga con la implementación del cartel publicitario que invita a los pasajeros a usar el método de registro autónomo.

- **A Corto Plazo:** Una vez que el plan de mejoramiento sea analizado por la aerolínea y esta evidencie el problema que se plantea aquí, se hará la implementación del anuncio publicitario que invitara a los pasajeros a usar el kiosco de auto check-in. Inicialmente, se espera que los pasajeros aún deban ser guiados por los colaboradores de la aerolínea para usar el registro autónomo, pero los funcionarios se podrán apoyar del cartel publicitario para mostrar a los pasajeros que este proceso es beneficioso para ellos. De igual forma, se espera que los pasajeros empiecen a cambiar las ideas que tienen del kiosco de auto check-in, que están basadas en que puede ser un proceso difícil, por opiniones favorables hacia este método de registro.
- **A Mediano Plazo:** Después de que el anuncio publicitario se convierta un elemento cotidiano del área de registro, se espera que los pasajeros sean motivados por el mismo sin la intervención de un funcionario de la aerolínea. De esta forma se empieza a generar en el pasajero una autonomía hacia su proceso de registro. Adicionalmente, se proyecta como resultado que los pasajeros que viajan con frecuencia comenten a sus conocidos acerca de

los beneficios que trae el registro por medio del kiosco, para que inicie un proceso de transmisión de información de voz a voz y se expandan los alcances de estas ventajas.

- **A Largo Plazo:** Luego de que le información de los beneficios que trae el uso del registro autónomo sea divulgada, se espera como resultado final obtener un acercamiento completo de los pasajeros hacia el kiosco en el cual no se necesite de la influencia de un agente externo, como son los funcionarios de la aerolínea y el anuncio publicitario; y donde los viajeros tengan conocimiento amplio de las ventajas que obtienen registrándose con ese moderno método. Finalmente, se espera que los clientes en el futuro prefieran el uso del registro autónomo sobre el registro convencional para que este proceso se vuelva mas efectivo, lo cual beneficiaría tanto al pasajero como a la aerolínea.

## 5. Conclusiones

- Las nuevas tecnologías que la compañía Avianca ha empleado para agilizar sus procesos, especialmente las que están dirigidas al registro de viajeros y sus maletas, no están siendo aprovechadas completamente debido a que el concepto que el cliente tiene de estos es poco favorable, esto genera que los módulos de auto check-in se conviertan en un obstáculo para la compañía al momento de aumentar la efectividad en el registro.
- Es necesario cambiar la estrategia que se está usando para acercar a los pasajeros a los kioscos de auto check-in debido ya que esta se ha mostrado como poco eficiente en el cumplimiento de su función, debido a que no es amistosa y puede generar el efecto contrario que es mayor alejamiento de los pasajeros al modulo de check-in autónomo. Por lo anterior, es fundamental la creación de una nueva metodología para familiarizar al cliente con el check-in en los kioscos.
- El registro autónomo es una forma de check-in poco conocida por los pasajeros que ha tenido una acogida muy baja, por lo cual se deben implementar metodologías que inciten al uso de este y que muestren los beneficios que obtiene el pasajero cuando hace su registro en los kioscos.

## Referencias

Avianca S.A. (2019). *Avianca* . Obtenido de ¿Quiénes somos?:

<https://www.avianca.com/co/es/sobre-nosotros/quienes-somos/>

Avianca S.A. (s.f.). *Inicial Aeropuertos*. Obtenido de Módulo 2: Generalidades de Procesos

ATO: [https://e-academy.avianca.com/mod/scorm/player.php?a=225&currentorg=ORG-](https://e-academy.avianca.com/mod/scorm/player.php?a=225&currentorg=ORG-668CA3E3-729B-2E17-F042-86E5F61F41CF&scoid=591&sesskey=bCitB36FZQ&display=popup&mode=normal)

[668CA3E3-729B-2E17-F042-](https://e-academy.avianca.com/mod/scorm/player.php?a=225&currentorg=ORG-668CA3E3-729B-2E17-F042-86E5F61F41CF&scoid=591&sesskey=bCitB36FZQ&display=popup&mode=normal)

[86E5F61F41CF&scoid=591&sesskey=bCitB36FZQ&display=popup&mode=normal](https://e-academy.avianca.com/mod/scorm/player.php?a=225&currentorg=ORG-668CA3E3-729B-2E17-F042-86E5F61F41CF&scoid=591&sesskey=bCitB36FZQ&display=popup&mode=normal)

Avianca Holding S.A. (2018). *Informe anual 2018*. Obtenido de

[https://www.avianca.com/content/dam/avianca\\_new/pdf/avianca-ciudadana/informe-anual-es.pdf](https://www.avianca.com/content/dam/avianca_new/pdf/avianca-ciudadana/informe-anual-es.pdf)

Avianca S.A. (2019). *Ficha técnica*. Obtenido de Avianca:

<https://www.avianca.com/co/es/sobre-nosotros/centro-noticias/ficha-tecnica/>